

VYSOKÁ ŠKOLA BÁŇSKÁ – TECHNICKÁ UNIVERZITA OSTRAVA
EKONOMICKÁ FAKULTA

KATEDRA MARKETINGU A OBCHODU

Analýza rozhodovacího procesu středoškolských studentů při výběru vysoké školy
Analysis of Decision Making Process of High School Students of Choosing the University

Student: Bc. Michaela Sáňková

Vedoucí bakalářské práce: doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.

Ostrava 2019

VŠB - Technická univerzita Ostrava
Ekonomická fakulta
Katedra marketingu a obchodu

Zadání diplomové práce

Student: **Bc. Michaela Sáňková**
Studijní program: N6208 Ekonomika a management
Studijní obor: 6208T062 Marketing a obchod
Téma: **Analýza rozhodovacího procesu středoškolských studentů při výběru vysoké školy**
Analysis of Decision Making Process of High School Students of Choosing the University

Jazyk vypracování: čeština

Zásady pro vypracování:

1. Úvod
 2. Teoretická východiska rozhodovacího procesu
 3. Charakteristika prostředí
 4. Metodika výzkumu
 5. Analýza postojů středoškolských studentů k výběru vysoké školy
 6. Návrh a doporučení
 7. Závěr
- Seznam použité literatury
Seznam zkratek
Prohlášení o využití výsledků diplomové práce
Seznam příloh
Přílohy

Seznam doporučené odborné literatury:

HOYER, D. W., D. J. MacINNIS and R. PIETERS. *Consumer Behaviour*. 6th ed. Mason: South-Western Cengage Learning, 2013. 497 p. ISBN 978-1-133-27449-0.
KOUDELKA, Jan. *Spotřebitelé a marketing*. Praha: C. H. Beck, 2018. 254 s. ISBN 978-80-7400-693-7.
SOLOMON, Michael R. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. 10th ed. Boston: Prentice Hall, 2012. 640 p. ISBN 978-0132671842.

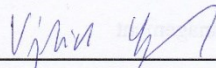
Formální náležitosti a rozsah diplomové práce stanoví pokyny pro vypracování zveřejněné na webových stránkách fakulty.


Vedoucí diplomové práce: **doc. Ing. Lenka Kauerová, CSc.**

Datum zadání: 23.11.2018

Datum odevzdání: 26.04.2019




doc. Ing. Vojtěch Spáčil, CSc.
vedoucí katedry


prof. Dr. Ing. Zdeněk Zmeškal
děkan fakulty

Čestné prohlášení

„Prohlašuji, že jsem celou práci, včetně všech příloh, vypracovala samostatně.“

V Ostravě dne 4. dubna 2019



.....
Bc. Michaela Sánková

Poděkování

Chtěla bych poděkovat paní doc. Ing. Lence Kauerové, CSc. za odborné vedení a cenné rady při tvorbě této diplomové práce.

Obsah

1	Úvod.....	6
2	Teoretická východiska rozhodovacího procesu	8
2.1	Chování spotřebitele	8
2.2	Rozhodovací proces	11
2.3	Model spotřebitelova rozhodování.....	13
2.3.1	<i>Model černé skříňky</i>	<i>13</i>
2.3.2	<i>Vstup.....</i>	<i>13</i>
2.3.3	<i>Marketingové prvky.....</i>	<i>14</i>
2.3.4	<i>Sociokulturní prvky</i>	<i>14</i>
2.4	Nákupní rozhodovací proces spotřebitele	14
2.4.1	<i>Rozpoznání problému.....</i>	<i>15</i>
2.4.2	<i>Hledání informací</i>	<i>15</i>
2.4.3	<i>Vyhodnocení alternativ</i>	<i>17</i>
2.4.4	<i>Nákup</i>	<i>19</i>
2.4.5	<i>Ponákupní chování.....</i>	<i>20</i>
2.5	Rozhodovací proces ve službách	21
3	Charakteristika prostředí.....	22
3.1	Veřejné vysoké školy	23
3.2	Státní vysoké školy	24
3.3	Soukromé vysoké školy	24
3.4	Terciární vzdělávání.....	25
3.5	Přijímací řízení na vysoké školy	27
3.6	Stipendium	28
3.6.1	<i>Sociální stipendium.....</i>	<i>29</i>
3.6.2	<i>Ubytovací stipendium</i>	<i>29</i>
3.6.3	<i>Prospěchové stipendium</i>	<i>29</i>

3.7	Studium v zahraničí	30
3.8	Celoživotní vzdělávání.....	31
3.9	Centrum pro studium vysokého školství.....	32
3.10	Trendy ve vysokoškolském vzdělávání	33
4	Metodika výzkumu.....	34
4.1	Přípravná fáze	34
4.1.1	<i>Výzkumný problém.....</i>	<i>34</i>
4.1.2	<i>Cíle výzkumu.....</i>	<i>34</i>
4.1.3	<i>Plán marketingového výzkumu</i>	<i>34</i>
4.1.4	<i>Časový harmonogram.....</i>	<i>35</i>
4.1.5	<i>Předvýzkum.....</i>	<i>36</i>
4.2	Realizační fáze	36
4.2.1	<i>Sběr dat.....</i>	<i>36</i>
4.2.2	<i>Zpracování dat.....</i>	<i>37</i>
5	Analýza postojů středoškolských studentů k výběru vysoké školy	39
5.1	Průměry jednotlivých tvrzení.....	39
5.1.1	<i>Výběr vysoké školy.....</i>	<i>39</i>
5.1.2	<i>Kritéria výběru</i>	<i>40</i>
5.1.3	<i>Ovlivňovatelé</i>	<i>40</i>
5.1.4	<i>Informace.....</i>	<i>40</i>
5.1.5	<i>Financování</i>	<i>41</i>
5.1.6	<i>Doporučení</i>	<i>41</i>
5.2	Třídění prvního stupně	41
5.3	Testování hypotéz	49
5.4	Korelační analýza.....	50
5.5	Faktorová analýza	54
6	Návrhy a doporučení.....	57

6.1	Návrhy a doporučení s výběrem vysoké školy	57
6.2	Návrhy a doporučení pro kritéria výběru vysoké školy	59
7	Závěr.....	62
8	Seznam použité literatury	63
8.1	Odborná literatura	63
8.2	Odborné články	63
8.3	Elektronické zdroje	64
8.4	Ostatní zdroje	65
	Seznam zkratk	66
	Prohlášení o využití výsledků	
	Seznam příloh	
	Přílohy	

1 Úvod

V minulosti neměl každý možnost studovat vysokou školu, a to nejen z finančního hlediska, ale především nebylo takové množství vysokých škol, jako je tomu dnes. Lidé v současné době navštěvují vysoké školy, protože se chtějí vzdělávat a zlepšovat v daném oboru a získat lepší uplatnění na trhu práce. Někdy je však velmi obtížné vybrat si tu správnou školu, která je bude bavit a bude jim nejvíce přínosná, proto často v průběhu studia dochází ke změnám studijních oborů nebo k celkové změně školy.

Rozhodování se je pro každého člověka klíčovým prvkem života. Lidé se rozhodují nejen v každodenních běžných věcech, jako je např. nákup zboží či služby, ale musí si vybírat i mezi složitějšími věcmi, které jim mohou ovlivnit celý zbytek života. Mezi toto životní rozhodnutí patří i výběr vysoké školy. Spousta středoškolských studentů si vybírá svou budoucnost, když se rozhodují, jakou vysokou školu budou absolvovat. Přesto se velmi často stává, že si středoškolský student zvolí vysokou školu, na kterou se zapíše, ale mimo zápis ji ani jednou nenavštíví nebo dokonce po prvním ročníku studia změni obor, popř. celou školu.

Rozhodování je proces volby minimálně ze dvou možností, přičemž by výsledkem měla být jedna varianta. Někdy se ovšem stane, že výsledkem je nová možnost, která je kompromisem dvou původních. Rozhodovací proces se liší délkou doby a má několik fází, které mají být nápomocné k získání jedné vítězné varianty. Tyto fáze jsou ve zkratce: rozpoznání problému, hledání informací, hodnocení a výběr z alternativ, rozhodnutí o koupi a ponáku chování. (Ekonomika, 2018) Pro marketing je velmi důležité znát rozhodování spotřebitele, jelikož je jednodušší předvídat, jak se spotřebitel bude chovat a jak na něj zacílit reklamu a prodej a tím ovlivnit celý proces rozhodování spotřebitele. Díky znalosti této marketingové koncepce se firmy více zaměřují na udržení klíčových zákazníků, kteří vnášejí do firmy určitou jistotu a stabilitu v rámci konkurenčního prostředí. Rozhodnutí spotřebitele o koupi produktu ukazuje marketérům, jak byla jejich marketingová strategie vhodná a účinná.

Cílem této diplomové práce bude analyzovat data získaná prostřednictvím dotazníkového šetření, které bude aplikováno na studentech středních škol, a pomocí analýzy rozhodovacího procesu zjistit hlavní faktory, které jsou klíčové při výběru vysoké školy. Dílčím cílem bude zjistit, jestli existuje závislost mezi vlivem rodičů a jejich vzděláním a také kdo nejvíce ovlivňuje studenty při výběru vysoké školy a kde hledají informace o vysokých školách.

Práce je z důvodu větší přehlednosti rozdělena do několika kapitol. Součástí kapitoly Teoretická východiska rozhodovacího procesu diplomové práce je definice rozhodovacího procesu, fáze rozhodovacího procesu a role v rozhodovacím procesu. V kapitole Charakteristika prostředí budou popsány jednotlivé typy vysokých škol v České republice a možnosti, které vysoké školy nabízí. Součástí této kapitoly budou také současné trendy ve vysokoškolském vzdělání. Data budou získána písemným dotazováním a popis samotného procesu sběru dat bude popsán v kapitole Metodika výzkumu. Ke zpracování a analýze dat bude využita korelační a faktorová analýza. Postup a výsledky těchto analýz budou popsány v následující kapitole, a to Analýza postojů středoškolských studentů k výběru vysoké školy. Tyto získané informace jsou podkladem pro kapitolu Návrhy a doporučení.

2 Teoretická východiska rozhodovacího procesu

Tato kapitola je zaměřena na teorii, která se týká chování spotřebitele, rozhodovacího procesu, modelu spotřebitelova rozhodování a především nákupního rozhodovacího procesu spotřebitele. V rámci této kapitoly jsou dále rozepsány jednotlivé fáze rozhodovacího procesu.

2.1 Chování spotřebitele

Termín spotřebitel je obecnější a zahrnuje všechno, co jednotlivec spotřebovává, i přesto, že to sám nenakupuje. Naopak zákazník je kdokoli, kdo zboží kupuje a platí za něj. (Vysekalová, 2004)

Pojem chování spotřebitele (v angličtině „*consumer behavior*“) přesahuje předmět nákupu spotřebitele, jelikož zahrnuje spoustu otázek (co, proč, kdy, kde, jak, kolik, kolikrát), které usnadňují pochopení rozhodnutí jednotlivce nebo skupiny spotřebitelů při získávání a užívání produktů či služeb. (Hoyer, 2013) Jedná se tedy o spotřebu či užívání produktu. (Koudelka, 2018) Dochází tedy ke studiu procesů, kterých se účastní jednotlivci i skupiny, kteří vybírají, nakupují a užívají produkty, služby nebo nápady k uspokojení potřeby. (Solomon, 2012) Důležitým prvkem tohoto chování je získávání výrobků, což znamená všechno, co předchází užívání samotného produktů. (Koudelka, 2018) Spotřebitelské chování lze definovat jako soubor vnějších projevů a reakcí, které se dělí podle povahy na instinktivní, návykové a rozumové. (Vysekalová, 2004)

Název chování spotřebitele se používá pro vysvětlení pojmu nákupní chování, jenž se projevuje při hledání, nákupu, užití, hodnocení a nakládání s výrobky a službami, které jedinec využívá k uspokojení vlastních potřeb. (Schiffman, 2004) Chování spotřebitele je ovlivněno společenskými, kulturními, osobními a psychologickými faktory, také typickým nebo očekávaným chováním a normami v rámci určité skupiny. (Hoyer, 2013) V rámci společenských faktorů se jedná především o referenční skupiny¹ a názorové vůdce. (Hes, 2008) Názorové vůdcovství, někdy také nazýváno jako ústní komunikace, je proces, při kterém názorový vůdce neformálně působí na činy a názory jiné osoby (příjemce názoru), a tím ho ovlivňuje. Názorový vůdce může být zároveň příjemce názoru. S názorovým vůdcovstvím úzce souvisí tzv. virový marketing (letadlový, pyramidový či lavinový marketing). Jedná se o strategii, která má vybízet spotřebitele k šíření marketingové zprávy. (Schiffman, 2004) Do kulturních faktorů se řadí hodnoty, myšlenky a postoje, které přijímá skupina a předává

¹ Skupina lidí, ke které se jednotlivec orientuje svými hodnotami a ovlivňuje chování jednotlivce. (Hes, 2008)

je další generaci. Osobnost a životní styl specifikuje osobní faktory. Psychologické faktory jsou definovány psychologickými činiteli, mezi které patří motivace, učení, pozornost, postoje a vnímání. (Hes, 2008) Jsou projevem našich duševních vlastností, které vytváří naši osobnost. (Vysekalová, 2004)

Spotřebitelské chování a jednání je rozlišné vzhledem ke kupovanému produktu. Některá rozhodnutí o koupi produktu vyžadují větší míru úsilí než jiné produkty. Jestliže se jedná o výrobek každodenní potřeby, spotřebitel nevěnuje rozhodování téměř žádnou pozornost a rozhoduje se automaticky bez potřeby informací o produktu. Pokud se však jedná např. o koupi automobilu, bude rozhodovací proces delší a časově náročnější. (Solomon, 2012) Díky tomuto poznatku se spotřebitelovo chování dělí na čtyři oblasti: komplexní chování, chování redukující nesoulad, chování spotřebitele hledajícího rozmanitost a stereotypní chování. V případě **komplexního chování** jde o výjimečný nákup, kdy dochází ke složitějšímu rozhodovacímu procesu, jelikož se jedná o nový, neznámý výrobek. Zákazník vyhledává spoustu informací včetně konkurence. Důležitým prvkem je informovaný personál na rozdíl od tištěné reklamy. K druhému případu, tedy **chování redukující nesoulad**, dochází, pokud je na trhu více podobných výrobků se srovnatelnými vlastnostmi. Spotřebitel hodnotí výrobek až po delším užívání. **Chování spotřebitele hledajícího rozmanitost** znamená, že se spotřebitel rozhoduje mezi různými produkty, avšak koupě zboží není způsobena nespokojeností. Jde spíše o neplánovaný nákup zboží. V posledním případě, **stereotypní chování**, je spotřebitel pouze pasivním příjemcem informací a při nákupu dochází k okamžitému rozhodnutí. (Hes, 2008)

Solomon (2012) tvrdí, že častým problémem dnešních spotřebitelů je, že mají příliš mnoho možností. Tato situace se nazývá „consumer hyperchoice“ a jedná se o stav, kdy máme k dispozici spoustu možností, které nás nutí k opakované volbě. Může docházet k psychologickému vyčerpání, což má špatný vliv na naše rozumné rozhodnutí o koupi.

Chování spotřebitele je zaměřeno na rozhodování jednotlivých spotřebitelů ohledně otázky vynaložení vlastních zdrojů, jako jsou čas, peníze a úsilí, na produkty, které souvisejí se spotřebou. (Schiffman, 2004) Chování spotřebitele není v marketingové literatuře nový koncept, jelikož vychází z již dříve známé teorie optimální stimulační úrovně (OSL). Teorie OSL je definována jako optimální úroveň spotřebitele, která nemá příliš nízkou úroveň, aby nenudila, ale není ani příliš vysoká, aby ohromovala. (Schaefer, 2018)

Schiffman (2004) ve své knize zmiňuje dva odlišné typy spotřebitelů. Prvním je osobní spotřebitel, který nakupuje zboží za účelem vlastního uspokojení. Produkty se tedy nakupují ke konečnému využití spotřebitelem. Druhým typem je organizační spotřebitel, který nakupuje pro vlastní činnosti. Jedná se především o ziskové a neziskové organizace, instituce a úřady. Znalost nákupního chování usnadňuje prodejcům predikovat a očekávat určitý způsob chování spotřebitele na trhu. (Schiffman, 2004) Spotřebitele lze dále dělit podle toho, kdy zákazník daný výrobek nakupuje. Jedná se o čtyři kategorie zákazníků: inovátoři, časní osvojitelé, pozdní většina a opozdilci. Pro **inovátory** (2,5 % spotřebitelů) je typický nákup produktu s předstihem před jinými spotřebiteli, jelikož se nebojí nákupního rizika. Firma díky nim získává soutěžní výhodu a image odvážlivce. **Časní osvojitelé** (13,5 %) jsou následníci inovátorů. Produkt nekoupí mezi prvními, ale jsou velmi otevření novým výrobkům. (Bártová, 2007) Nejvíce zastoupenou skupinou je **pozdní většina** (70 %), která následuje první dvě skupiny. Bártová (2007) dělí pozdní většinu na dvě podskupiny: rychlá většina, která koupí produkt dříve než průměrný spotřebitel, a pomalá většina, která je ovlivněna okolím. Pokud je okolí spokojeno a výrobek užívá, koupí si ho poté i pomalá většina. Poslední skupinou jsou **opozdilci** (16 %), kteří kupují produkt jako poslední. (Hes, 2008) Bártová (2007) ještě uvádí jednu kategorii – **nepřijmuvší**. Tato kategorie zákazníků je typická tím, že si výrobek nekoupí za žádné situace.

Hes (2008) ve své knize dělí nakupující spotřebitele na osm typů podle odlišnosti v sociálních a demografických vlastnostech, postojích a preferencích. Prvním typem je **ekonom**, který je velmi málo konzervativní. Upřednostňuje méně časté nákupy ve větším objemu v kvalitních prodejnách se širším sortimentem. Druhým zákazníkem je **mobilní pragmatik**, který má jasné priority – nákup ve velkém množství za nízkou cenu. **Náročný nakupující** je dalším typem, který má však velmi nízké konzervativní chování. Upřednostňuje nákupy ve velkých prodejnách, klidně i vzdálenějších, pokud jde o kvalitní výrobky. Pátým typem je **velkorysý** spotřebitel, který není cenově citlivý ani náročný. Preferuje nákupy v hypermarketech. **Komunikativní hospodyně** je velmi konzervativní a náročný zákazník s vysokými požadavky na dostupnost prodejny, personál a věrnostní systém. Dalším typem je **šetřivý** spotřebitel, který se zaměřuje pouze na cenu a hledá cenové akce v různých prodejnách. Často nakupuje velký objem zboží, které je zlevněné. Předposledním typem je **pohodlný oportunist**, který je velmi konzervativní a příliš nedůvěřuje reklamám. Posledním spotřebitelem je **nenáročný konzervavec**, který je velmi konzervativní a málo mobilní. Nakupuje v malých objemech a za co nejkratší čas.

2.2 Rozhodovací proces

Každý jednotlivec se rozhoduje, vyhodnocuje a odhaduje pravděpodobnost uskutečnění událostí. Rozhodování není totéž jako úsudek, jelikož rozhodování zahrnuje samotný výběr mezi možnostmi nebo činnostmi. Úsudek je kritickým přínosem pro rozhodovací proces a jedná se o hodnocení nebo odhad pravděpodobnosti, že produkty či služby budou mít určité vlastnosti a výkony. (Hoyer, 2013)

Pojem **rozhodnutí** znamená volbu ze dvou či více možností, takže pokud se spotřebitel chce rozhodnout, musí mít možnost vybrat si mezi variantami. Jestliže neexistují žádné možnosti, ze kterých by si spotřebitel mohl vybrat, nejedná se o rozhodování, nýbrž o donucení. Tomuto rozhodování bez možnosti vybrat si se nazývá „Hobsonova volba“. (Schiffman, 2004) Každý jednotlivec se rozhoduje o koupi výrobků denně. Jeho chování je velmi důležitým prvkem běžného života. Kdokoli nakupuje produkty je spotřebitelem, tedy jedinečnou osobou, která má vlastní názor. (Hes, 2008)

Při každém rozhodování vynaloží spotřebitel jinak velké úsilí. Existuje tedy tříúrovňová stupnice vynaloženého úsilí při rozhodování. Prvním stupněm je **extenzivní řešení problému**, které znamená, že si spotřebitel nestanoví žádná kritéria pro výběr produktů a značek, i přestože na tomto stupni spotřebitel potřebuje velké množství informací k vytvoření měřitelných kritérií, díky kterým může posoudit a vybrat produkt a značku. Druhým stupněm je **limitované řešení problému**, které znamená vytvoření základních kritérií pro výběr produktů, avšak spotřebitel si nestanovil preferenční značky. Jedná se tedy spíše o tzv. „konečné doladování“, neboť je potřeba získat dodatečné informace potřebné k výběru značky. Třetím a posledním stupněm je **rutinní odezva**. Tato úroveň je typická tím, že spotřebitel již má zkušenosti s danou kategorií produktů a má stanovená kritéria, pomocí kterých hodnotí. Někdy se stává, že spotřebitel i na této úrovni vyhledává dodatečné informace, avšak pouze ověřuje, co už dávno ví. (Schiffman, 2004)

George Katon (americký psycholog a ekonom) popsal dva druhy rozhodování spotřebitele - pravé a návykové. Pravé rozhodování je typické pro zboží investičního typu a jedná se o vědomé a systematické získávání informací a neustálé srovnávání s konkurencí. Návykové rozhodování se děje jednodušeji a je založeno na předchozích zkušenostech. (Bártová, 2007)

Schiffman (2004) charakterizuje čtyři perspektivy pohledu či modelu na rozhodovací proces spotřebitele – ekonomický, pasivní, kognitivní a emotivní pohled. Pro **ekonomický pohled** je charakteristické racionální rozhodnutí. Schopnost chovat se v ekonomice racionálně je podnícena znalostí všech dostupných alternativ, schopností zařadit alternativu z hlediska jejich výhod a nevýhod a dokázat rozeznat nejvhodnější alternativu. Avšak spotřebitel ve skutečnosti nemívá vždy kompletní informace a dostatečnou motivaci, aby uskutečnil správné rozhodnutí. Každý spotřebitel je však omezen svými schopnostmi, hodnotami, cíli a vědomostmi, proto často dochází k rozhodnutí, které není ideální, ale je pouze uspokojující. Z tohoto důvodu je ekonomický model či pohled považován za idealistický. **Pasivní pohled** je charakterizován spíše submisivním, impulzivním a iracionálním chováním spotřebitele vůči zájmům a snahám marketérů. Omezením tohoto modelu je neuznání spotřebitele jako rovnocenného, někdy až dominantního kupujícího. Model je odmítán díky své jednoduchosti a jednosměrnosti jako nerealistický. U **kognitivního pohledu** je spotřebitel považován za přemýšlivého řešitele problémů, který je vnímavý a aktivně hledá produkty, které mu přinesou nejvyšší užitek a naplní jeho potřeby. Je typické, že spotřebitel vyhledává a hodnotí získané informace, následně dochází k vytvoření preferencí a nakonec k samotnému nákupu. Ke svému rozhodnutí nepotřebuje veškeré informace, jelikož zjistí, že má dostatek informací, aby učinil uspokojující rozhodnutí. **Emotivní pohled** neboli impulzivní pohled je charakterizován pocity a emocemi. Spotřebitel často nakupuje na základě impulsu nebo emocionální pohnutky a příliš nepřihlíží na možnost hledání informací. Velmi důležitou roli zde hraje nálada neboli „pocitový stav či stav mysli“, která je méně déletrvající a intenzivní a nevede přímo k možnosti jednat.

Rozhodovací proces je ovlivněn psychologickými mechanismy, mezi které patří duševní vlastnosti, jenž lze vnímat ve všech procesech (paměť, vnímání, pozornost). Duševní vlastnosti mají vliv na nákupní chování, které je dále ovlivněno typem nákupu. Prvním typem nákupu je **extenzivní nákup**, který vyžaduje nejsložitější rozhodovací proces. Zákazník se nerozhoduje o nákupu předem a jedná se o nákup dražších předmětů. (Vysekalová, 2004) Dochází k aktivnímu vyhledávání informací a velká pozornost je věnována různým zdrojům informací. (Vysekalová, 2011) Druhým typem je **impulzivní nákup**, který je podmíněn jistou reakcí bez ohledu na argumenty a jedná se spíše o menší nákupy. (Vysekalová, 2004) Spotřebitel reaguje na základě impulsů. Pro tento druh nákupu je typická častá změna značek. (Bártová, 2007) Charakteristické jsou produkty, které jsou si velmi podobné, a pro spotřebitele není důležité se zabývat vlastnostmi těchto produktů. (Vysekalová, 2011) **Limitovaný nákup**

je specifický tím, že chceme koupit produkt, který neznáme, ale máme jisté obecné zkušenosti. Jedná se o produkty, při kterých se spotřebitel řídí heslem „čím dražší, tím lepší“ nebo ekologickými či „morálními“ zásadami. (Vysekalová, 2011) **Zvyklostní nákup** je posledním typem a je charakterizován tím, že nakupujeme to, co dříve. Vychází z nákupní zkušenosti s daným produktem či značkou a může jít o nákup běžných (každodenních) potravin. (Vysekalová, 2004) Jedná se o neustále stejné nákupní rozhodnutí, ke kterému nevyužívá spotřebitel hledání informací ani hodnocení různých alternativ. Zvyklostní (rutinní) nákup je charakterizován nízkou mírou zaujetí. Dochází k úspoře času, vynaloženého úsilí, minimalizaci potřeby hledat informace a snížení rizika, pokud spotřebitel nějaké riziko vnímá. (Bártová, 2007)

2.3 Model spotřebitelova rozhodování

Tento model popisuje spotřebitele kognitivního a do jisté míry emocionálního. (Schiffman, 2004)

2.3.1 Model černé skříňky

Někdy se také nazývá model podnětu a reakce (v angličtině „*black box model*“). Poukazuje na to, jak je složité predikovat chování člověka. Název vznikl z toho důvodu, že mysl spotřebitele je pro marketéry tzv. „černá skříňka“, jelikož ji umíme pochopit jen v omezeném množství. Jedná se o pohled na nákupní chování spotřebitele, který je založen na principu: podnět – černá skříňka – reakce (odezva). Černá skříňka tedy symbolizuje postoj jednotlivce k nákupnímu rozhodovacímu procesu, který je ovlivněn i okolím. Celý tento model začíná podnětem, který je vnější i vnitřní. Vnější faktory lze měřit a ovlivnit. Především se jedná o sociální a kulturní vlivy. Vnitřní faktory, někdy také nazývány psychické predispozice, jsou poněkud složitější, jelikož se jedná o hodnoty, motivaci, vnímání atp. (Vysekalová, 2011)

2.3.2 Vstup

Vstupní faktory vyplývají z vnějších vlivů. Tyto vlivy jsou zdrojem informací a ovlivňují postoje, chování a hodnoty spotřebitele. Nejdůležitějšími faktory jsou prvky marketingového mixu u společností, které prostřednictvím těchto prvků sdělují výhody svých produktů a služeb, a sociokulturní prvky, které mají vliv na rozhodování spotřebitele při nákupu. (Schiffman, 2004)

2.3.3 Marketingové prvky

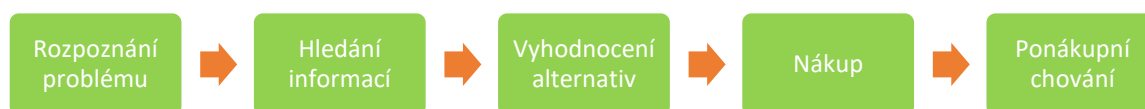
Jedná se o přímou snahu firmy týkající se oslovení, informování a přesvědčení spotřebitele o koupi a použití jejich produktu. Firmy k tomuto využívají prvky marketingového mixu, kterými je jejich produkt tvořen, a prvky marketingového komunikačního mixu, které slouží především k propagaci a distribuci produktu. (Schiffman, 2004)

2.3.4 Sociokulturní prvky

Tyto prvky jsou ovlivněny pestrá škálou nekomerčních zdrojů informací. Výraznými vstupními faktory jsou vlivy společenské třídy, kultury a subkultury, jelikož mají velký vliv na hodnocení a rozhodnutí spotřebitele o nákupu. Tyto nepsané zákony v rámci kultury či subkultury nám udávají, jaké nákupní chování je v dané situaci správné či špatné. Jelikož se vnější vlivy mohou zaměřovat na jednotlivce, který je může aktivně hledat, dochází k propojení vstupu a procesu. (Schiffman, 2004)

2.4 Nákupní rozhodovací proces spotřebitele

Nákupní rozhodovací proces spotřebitele je rozložen mezi černou skříňku spotřebitele a odezvu. (Koudelka, 2018) Proces v modelu popisuje nákupní rozhodování spotřebitele a skládá se z těchto fází: rozpoznání problému, hledání informací, vyhodnocení alternativ, nákup a ponákupní chování. (Schiffman, 2004) Někdy dochází k prolínání jednotlivých fází či složitějšímu členění procesu, a to především u produktů dlouhodobé spotřeby. Naopak u zboží běžné spotřeby nastává redukce fází. (Koudelka, 2018)



Obrázek 2.1: Rozhodovací proces

Zdroj: vlastní zpracování

V nákupním rozhodovacím procesu jsou důležité jednotlivé role při nákupu: **iniciátor** je člen, který rozpozná problém, **uživatel** bude produkt používat, **ovlivňovatel** nejvíce ovlivňuje nákup, **rozhodující** schvaluje nákup daného produktu a poskytuje finance, **nákupčí** produkt skutečně koupí, a poslední roli je „**gatekeeper**“, který získává informace důležité pro rozhodnutí. Často se v tomto případě jedná o děti. (Koudelka, 2018)

2.4.1 Rozpoznání problému

Dle Hoyera (2013) je první fáze definována jako rozdíl mezi ideálním stavem a stavem skutečným. Tuto fázi považuje za kritickou část rozhodovacího procesu, jelikož motivuje zákazníka k akci. Ideální stav je situace, kterou zákazník očekává. Naopak skutečný stav je reálná situace, kterou spotřebitel vnímá. Jakmile spotřebitel začne zjišťovat rozdíly mezi skutečným a ideálním stavem, dochází k rozpoznání problému. Tato fáze se však netýká pouze získávání, ale také spotřeby a likvidace.

Jedná se o uvědomění si potřeby, které nastává, když začne spotřebitel řešit „problém“. Existují dva odlišné typy uvědomění si problému či potřeby. Prvním typem je aktuální stav, při kterém spotřebitelé pocítí, že nastal problém, až v okamžiku nefunkčního produktu. (Schiffman, 2004) V tomto případě dochází k nepříznivé změně současného stavu, která může být způsobena poškozením či zhoršením kvality, vyčerpáním zásob nebo změnou predispozic spotřebitele, např. narození dítěte. (Koudelka, 2018) Naopak druhý typ je žádaný stav, při kterém je proces nákupního rozhodování spuštěn touhou po novém produktu. (Schiffman, 2004) Spotřebitel zaregistruje novinku na trhu nebo dojde k novým aktivitám, které jej zaujmou. (Koudelka, 2018)

Každý jednotlivec má stanovené cíle, kterých chce dosáhnout. Jedná se o objekt, k němuž směřuje motivace či aktivita. Snaha o dosažení cíle může snížit napětí a naopak nedosažení může jednotlivci způsobit frustraci. Cíle se člení podle délky mezery mezi podnětem a první reakcí na krátkodobé a dlouhodobé. Podle konkrétnosti jednotlivých cílů lze hovořit o touze, přání a snaze. Všechny tyto prvky se poté promítnou do nákupního chování. (Vysekalová, 2004)

Někdy se stává, že nákupní proces končí v této fázi. Důvodů může být více, například problém není příliš motivující nebo vyřešení problémů je příliš náročné na informace. (Bártová, 2007)

2.4.2 Hledání informací

K této fázi dochází v případě rozpoznání problému spotřebitelem, kterému je možno zabránit koupi a použitím produktu. Jedná se o proces, díky kterému zkoumá jedinec prostředí, aby mohl udělat rozumná rozhodnutí. (Solomon, 2012) Tato snaha získat informace je výrazně vědomá a částečně neuvědomovaná a umožňuje rozhodnout o významu problému. Proces zjišťování informací má mnoho faktorů jako např. čas, způsob hledání nebo důkladnost. (Koudelka, 2018) Spotřebitel může využít svých dřívějších zkušeností neboli vnitřního zdroje

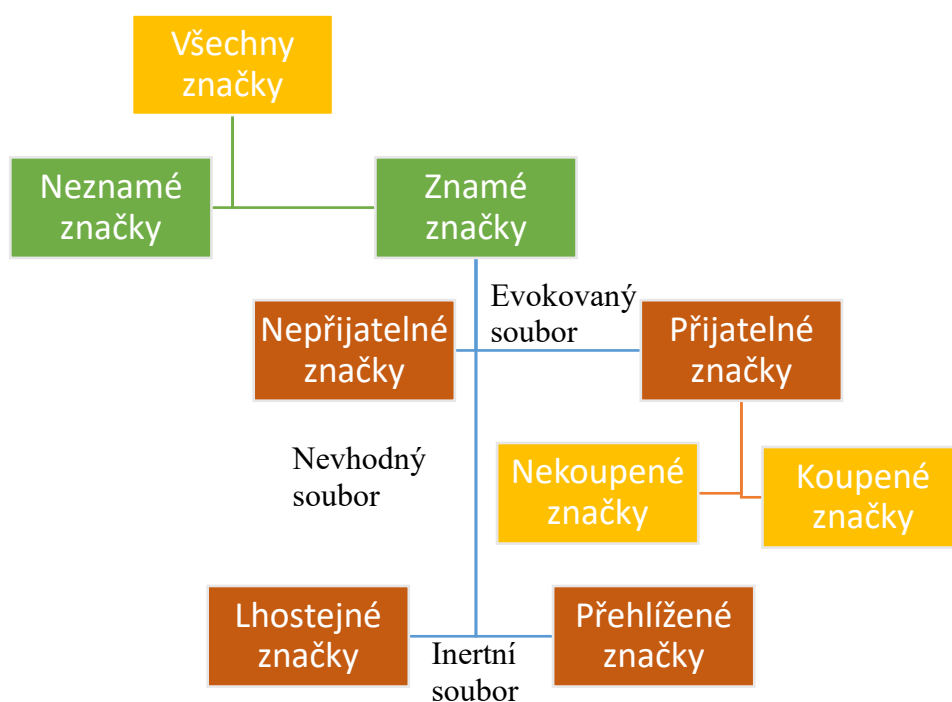
informací, které si vybaví z paměti, aby uskutečnil výběr produktu. (Bártová, 2007) Vnitřní hledání lze nazvat jako vybavování si již poznaných skutečností a zkušeností. Usnadňuje rozhodování díky filtraci, která zjednodušuje získání informací, jenž si spotřebitel nevybavuje. (Koudelka, 2018) Jakmile neexistují žádné dřívější zkušenosti s nákupem požadovaného produktu, dochází k získávání potřebných informací neboli vnější zdroj informací, které usnadní volbu. (Bártová, 2007) Vnější hledání se občas označuje jako zvýšená pozornost. Pokud roste potřeba vyřešit daný problém, začíná být spotřebitel aktivnější, soustředěněji hledá, seskupuje a vyhodnocuje užitečnost získaných informací. Dochází k systematickému externímu hledání. (Koudelka, 2018) Často však dochází k propojení dřívějších zkušeností (interních informací) a marketingu s externími informacemi (nekomerční zdroje). Externí informace jsou získány z vnějšího okolí. (Bártová, 2007) Nejčastěji se jedná o referenční zdroje, firemní zdroje, zdroje distribuční cesty a neutrální zdroje. V prvním případě se jedná o primární referenční skupinu, která zahrnuje rodinné příslušníky a přátelé. Výhodou těchto zdrojů je jejich spolehlivost a důvěryhodnost z pohledu spotřebitele. Pro firmy je podstatné zaměřit se na kladné slovo z úst, pozitivní osobní reference a oslovení názorového vůdce. Firemní informace získává spotřebitel skrze marketingové nástroje firmy. Tyto zdroje lze získat například z obalu produktu, pokud však společnost uvede i jiné než jen zákonem dané informace. Důležitým zdrojem firmy je marketingová komunikace, kterou výrobci uskutečňují prostřednictvím reklamního sdělení, prospektů, letáků, webových stránek a různých tištěných forem komunikace. Spoustu důležitých informací získá spotřebitel od prodejců, obchodníků a prodávačů. Neutrální zdroje vypovídají o informacích od různých institucí vlády, sdružení spotřebitelů či nezávislých časopisů. (Koudelka, 2018)

Velký vliv na získávání informací má vnímané riziko, neboť ve více rizikových situacích dochází k rozsáhlejšímu shromažďování a hodnocení informací a naopak. (Schiffman, 2004) Pokud má tedy spotřebitel nedostatek informací, dochází k růstu pocitu rizika, naopak při přebytku může docházet k dezorientaci. (Vysekalová, 2011) Existují různé druhy rizika, které jsou s koupi produktu spojené. Finanční riziko je strach z přílišného vynaložení financí na koupi produktů. Funkční riziko je spojeno s obavou z nefunkčnosti daného produktu a úzce souvisí s fyzickým rizikem, což je strach z úrazu či poranění způsobeného užíváním produktu. Sociální riziko je obava z nepříznivého přijetí v rámci sociální skupiny. Poslední psychické riziko může být způsobené vnitřním konfliktem ve spotřebiteli. Dále je hledání ovlivněno zaujetím, jelikož s rostoucím zaujetím roste aktivita a intenzita hledání. Důležitým aspektem působícím na usilovnější hledání informací jsou předchozí zkušenosti s daným produktem.

I zde existuje nepřímá úměra, neboť s menším množstvím předchozích zkušeností roste potřeba získat více informací. Doba strávená hledáním je dále ovlivněna například charakteristikou výrobku, situačními proměnnými nebo predispozicemi spotřebitele, jelikož je prokázáno, že ženy hledají více informací oproti mužům. (Koudelka, 2018)

2.4.3 Vyhodnocení alternativ

V této fázi dochází k porovnání informací a výběru optimálního řešení. (Vysekalová, 2011) Spotřebitelé si vybírají ze dvou informačních zdrojů: typy značek (viz Obrázek 2.2), ze kterých si touží vybrat, a kritéria, jenž využívají pro vyhodnocení typů značek. (Schiffman, 2004)



Obrázek 2.2: Typy značek

Zdroj: Schiffman, 2004, vlastní zpracování - strana 547.

Evokovaný soubor, někdy také uvažovaný soubor, znamená konkrétní typy značek, které spotřebitel bere v úvahu při nákupu, proto se liší od **nevhodného souboru**, kde spotřebitel vyřazuje nepřijatelné značky. **Inertní soubor** jsou typy značek, vůči kterým je spotřebitel indifferenční, jelikož nevnímá potřebné výhody.

Neznámé značky jsou ty, které spotřebitel nezná a nemá je v povědomí, což je způsobeno selektivním vnímáním. Některé nekvalitní značky, nevhodně umístěné v rámci reklamy nebo kvůli vlastnostem, bývají nepřijatelné. Pokud spotřebitel nevnímá u značky žádné

bonusy, jedná se o lhotejné značky. Přehlížené značky nejsou vhodně umístěny nebo správně zacílené.

Potřebné a důležité atributy produktů jsou vyjádřeny prostřednictvím kritérií, které hodnotí produkty. Je důležité, aby zvolená kritéria byla měřitelná.

Spotřebitel při svém výběru značky a produktu využívá tzv. „pravidla spotřebitelova rozhodování“, která mají eliminovat rizika spojená s nelehkým rozhodovacím procesem, jelikož jsou vodítkem ke zjednodušení tohoto procesu. Člení se do dvou základních kategorií rozhodování: kompenzační a nekompenzační. **Kompenzační pravidla** vyhodnocují značky podle vlastností a počítají skóre všech značek. Očekává se, že bude vybrána značka s nejvyšším skórem. Výhodou je, že kladné hodnocení jedné vlastnosti, vyrovná záporné hodnocení vlastnosti jiné. (Schiffman, 2004) Koudelka (2018) popisuje dva typy kompenzačních pravidel: jednoduché aditivní pravidlo a vážené aditivní pravidlo. **Jednoduché aditivní pravidlo** není ovlivněno váhou kritérií a hodnotí se pouze dobrý nebo špatný. Naopak **vážené aditivní pravidlo** uplatňuje váhy jednotlivých kritérií a vybere produkt s nejlepším souhrnem. **Nekompenzační pravidlo** nedovoluje využít pozitivní vlastnost na úkor negativní vlastnosti. Tři typy nekompenzačního pravidla jsou konjunktivní, disjunktivní a lexikografické pravidlo. Pokud spotřebitel uplatňuje **konjunktivní pravidlo**, stanovuje si minimální úroveň, která je přijatelná pro vyřazení atributů. Stačí, aby jedna vlastnost spotřebiteli nevyhovovala, a daný produkt je vyřazen z rozhodování o koupi. Využívá se při rychle redukci množství variant. Naopak **disjunktivní pravidlo** stanovuje minimální hranici pro jednotlivé atributy. Nevýhodou je, že do minimální hranice může spadat více značek a v tu chvíli je potřeba použít další pravidlo. Třetí a poslední **lexikografické pravidlo** seřazuje atributy podle významnosti nebo důležitosti a následně porovnává možnosti dle atributů, které jsou nejdůležitější. Atribut, který získá nejvyšší skóre, je nakonec vybrán a dochází ke skončení procesu. Specifickou, kombinovanou a nejjednodušší formou rozhodovacího pravidla je **celkový dojem**, při kterém spotřebitel vybírá typ značky s nejvyšším skórem. (Schiffman, 2004) Koudelka (2018) dále popisuje **eliminaci podle vlastností**, kde dochází k seřazení kritérií podle důležitosti a určení minimální hranice. Podle nejdůležitějšího kritéria jsou hodnoceny produkty a následně eliminovány. A nakonec **dominantní princip**, při kterém dochází k volbě produktů, které mají srovnatelné vlastnosti, avšak jedna vlastnost je hodnocena lépe.

2.4.4 Nákup

Jedná se výstupní aktivitu rozhodovacího procesu. Dochází k němu po zhodnocení alternativ. (Bártová, 2007) Spotřebitel si vybral konkrétní výrobek, který má v plánu koupit. Už došlo k rozhodnutí o volbě výrobku a čase nákupu, avšak nákupní záměr ještě není totéž jako nákup samotný. Důležitým faktorem v této fázi je volba obchodu, při které hrají roli nákupní zvyky. Samotný nákup záleží na situačním prostředí, v rámci kterého je nejdůležitější sociální prostředí, jenž je ovlivněno působením osob před koupi produktu. Může se jednat o další zákazníky nebo například prodavače v obchodě. Při nákupu působí situační vlivy a vlivy obchodního prostředí. Situační vlivy jsou ovlivněny obchodem, který si jednotlivec pro svůj nákup vybral, ale i cestou k obchodu. Druhý vliv je ovlivněn například šířkou sortimentu v obchodě. V této fázi hraje důležitou roli merchandising², který může na poslední chvíli změnit rozhodnutí spotřebitele. Dalším prvkem, který ovlivňuje nákup, je atmosféra v obchodě. Může se jednat o vnější prvky, vnitřní prvky či smyslové vnímání vnitřního prostoru obchodu. Pokud se zákazník v obchodě necítí dobře, způsobuje to u něj stres, což může snížit pravděpodobnost nákupu. Mezi vlivy působící na nákup patří spousta dalších prvků, jako například vliv front, umístění obchodu nebo přítomnost nakupujících. Tyto vlivy působí v této fázi nákupního rozhodovacího procesu na tři možnosti: odložení nákupu, odmítnutí nákupu či samotný nákup produktu. (Koudelka, 2018)

Spotřebitelé rozeznávají tři typy nákupu. Při koupi nového produktu a menšího množství, se jedná o nákup na zkoušku, který je definován jako průzkumná fáze nákupu. Druhým typem nákupu je opakovaný nákup, při kterém si jedinec uvědomí, že jim koupená značka je lepší než ostatní a s velkou pravděpodobností si danou značku koupí znovu. Třetí typ je nákup, který je specifický dlouhodobým závazkem. Jedná se tedy spíše o zboží dlouhodobé spotřeby. (Schiffman, 2004)

Nákupní chování je ovlivněno dvěma aspekty – motivačními silami a rozhodováním. Motivační síly určují spotřební chování a popisují důvod našeho nákupu. Rozhodování se zaměřuje především na to, proč jsme se rozhodli koupit daný výrobek. (Vysekalová, 2004)

² Způsob vystavení zboží v prodejně (Koudelka, 2018)

2.4.5 Ponákupní chování

Tato poslední fáze má začátek samotným užitím výrobku. Dochází ke srovnání očekávaného a reálného efektu. (Bártová, 2007) Cílem je dosáhnout spokojenosti zákazníků, jenž vyplývá ze srovnání těchto dvou efektů. (Koudelka, 2018)

Spotřebitel má v této fázi dvě možnosti: užívání produktu nebo odkládání produktu. V prvním případě dochází ke sjednocení či předčení reálného efektu oproti očekávaného a spotřebitel užíváním produktu uspokojuje své potřeby. Druhou možností je odkládání produktu, což je pro marketing velmi důležitá znalost. Pokud spotřebitel odloží produkt, roste možnost pořízení nového produktu pro uspokojení stejné potřeby. Zároveň roste i potenciál rozpoznání problému, což vede k novému nákupnímu rozhodovacímu procesu. Marketéři toho využívají například při produktech dlouhodobé spotřeby, při kterém dochází k výměně „nového produktu za starý“. Společnost uskuteční spotřebiteli nabídku nového produktu se slevou za odložený. Problémem s odkládáním produktu je rostoucí citlivost na ekologické aspekty, avšak firmy toto často využívají ve svůj prospěch a nabízejí recyklaci obalů a šetrnost vůči životnímu prostředí. U některých produktů ještě existuje možnost zajištění delšího životního cyklu, např. předat ještě stále funkční odkládaný produkt jinému spotřebiteli. (Koudelka, 2018)

Každý spotřebitel hodnotí u zakoupeného produktu skutečnost s určitým očekáváním, především u produktů koupených na zkoušku, a tím vytváří ponákupní analýzu. Výsledky mohou být tři: dostatečná funkčnost ale neutrální postoj, skutečnost předčila očekávání, což má za následek pozitivní postoj nebo je skutečnost horší než očekávání, což vede k negativnímu postoji. Po uskutečnění nákupu se jedinec snaží snížit nejistotu a pochybnost a zmírnit kognitivní disonanci. (Schiffman, 2004) Kognitivní disonance je nesoulad mezi chováním (vírou, postojem) a skutečností. Lze jej snížit změnou nesourodého prvku nebo přidáním nového důležitého prvku. (Cooper, 2001) Jakmile dojde k neutrálnímu či pozitivnímu postoji, tedy ke sjednocení či překonání očekávání a skutečnosti při uspokojování potřeb užitím produktu, projevuje se to třemi kladnými efekty: zákaznická věrnost, příznivé osobní reference (kladné WoM) a zobecnění. První efekt způsobuje vyšší pravděpodobnost koupě stejného produktu dané značky, jelikož byl spotřebitel plně spokojen při uspokojování potřeby. Kladné Word of Mouth má za důsledek pozitivní reference, které spotřebitelé předávají svému okolí. Tato forma komunikace je nejúčinnější a v dnešní době sociálních sítí dochází k rozšíření této komunikační cesty i do vzdálenějších míst. Zobecnění neboli generalizace znamená přenos kladné zkušenosti s produktem dané značky na další produkty dané značky či firmy. Tento

přenos může být uskutečněn i na odlišnou kategorii produktů dané značky. Každá firma chce těchto efektů dosáhnout, jelikož spokojený zákazník bývá méně citlivý na změny cen. (Koudelka, 2018)

V některých případech však může docházet i k nespokojenosti s produktem, proto dochází k třem negativním důsledkům: změna značky, nepříznivé reference a diskriminace produktu. Změna značky produktu znamená vyšší pravděpodobnost, že spotřebitel v příštím rozhodovacím procesu přihlédne k produktu jiné značky. Nepříznivé reference jsou způsobeny šířením špatných zkušeností, což může mít dopad na image značky a problém získat nové zákazníky. Posledním negativním jevem je diskriminace neboli vyřazení dalších kategorií dané značky při výběru produktů. Jedná se tedy o menší pravděpodobnost volby značky, se kterou byl spotřebitel z nějakého důvodu nespokojen. (Koudelka, 2018)

2.5 Rozhodovací proces ve službách

Nákupní proces ve službách probíhá odlišně oproti nákupnímu procesu výrobků. Ve službách nelze provádět přednákupní hodnocení, jelikož jsou poskytovány a spotřebovávány současně. Toto je dáno základními vlastnostmi služeb, což je nehmotnost a neoddělitelnost. Dochází k častému ovlivnění hodnocení služby a především zde roste důležitost členů referenčních skupin a názorových vůdců.

Při rozhodovacím procesu ve službách hrají velmi důležitou roli faktory, které tuto volbu služeb ovlivňují. Například v případě volby školy hrají podstatnou roli rodiče a také studenti, protože si čím dál více uvědomují význam získaného vzdělání a titulu pro své budoucí povolání a postavení ve společnosti. Při volbě každé služby se daný jedinec pokouší získat dostatečné množství informací, které ho vedou k uskutečnění činu, popř. využití služby. (Světlik, 1996)

3 Charakteristika prostředí

Termín vysoká škola znamená vysokoškolskou instituci, jenž může nabídnout studentům alespoň jeden akreditovaný magisterský program. Musí také vykonávat akademickou tvůrčí činnost. (Světlík, 1996) Vysoká škola je tvořena šesti základními trhy. Prvním a nejdůležitějším trhem je trh zákazníků, který je složen ze studentů vysoké školy. Druhým neméně důležitým trhem je dodavatelský trh, který zajišťují střední školy. Dalším trhem je interní trh, který zahrnuje všechny zaměstnance vysoké školy. Trh potenciálních zaměstnanců je tvořen odborníky z praxe či z jiných škol. Referenční trh zastupují absolventi dané vysoké školy. A šestým trhem je ovlivňovací trh, na který mají největší vliv vládní sektor a státní regulační orgány. V České republice je vysokoškolské vzdělání poskytováno veřejnými, státními, soukromými, zahraničními vysokými školami a pobočkami zahraničních vysokých škol v rámci České republiky, které mají povolení poskytnout vzdělání na území naší republiky. Veřejné vysoké školy jsou upraveny v rámci zvláštního zákona o vysokých školách č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů. Pravomoci jsou vykonávány Ministerstvem školství, mládeže a tělovýchovy. Veřejných vysokých škol je dohromady 26 a nacházejí se po celé republice. Zřizovatelem státních vysokých škol je § 94-95 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů. Kompetence státních veřejných vysokých škol spadají pod Ministerstvo vnitra a Ministerstvo obrany. V republice se nacházejí pouze dvě státní vysoké školy. Soukromé vysoké školy fungují jako právnické osoby a svou činnost mohou vykonávat pouze se souhlasem ministerstva. Aktivita soukromých vysokých škol jsou zřizovány podle § 39-43 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů. V České republice je 36 fungujících soukromých vysokých škol a v současnosti 20 neaktivních soukromých vysokých škol, kterým byl odebrán souhlas ministerstva nebo ukončily svou aktivitu. Činnosti zahraniční vysoké školy v České republice jsou upraveny v § 93a až § 93i zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů, ve znění pozdějších předpisů. Evropských zahraničních vysokých škol je 6 a evropských poboček zahraničních vysokých škol je dohromady také 6. Mimoevropská zahraniční vysoká škola je pouze jedna. Avšak mimoevropské pobočky zahraničních vysokých škol jsou v České republice tři. (MŠMT, © 2013 – 2019) Vysoká škola má za cíl přispět k rozvoji společnosti a přinést vhodnou kvalifikaci odpovídající danému oboru a posílit spolupráci s různými obory. V rámci vysokoškolského studia dochází k úzkému propojení vědecké, výzkumné, vývojové, umělecké nebo jiné tvůrčí aktivity. (Eurydice, 2019)

3.1 Veřejné vysoké školy

Veřejné vysoké školy jsou zřizovány a rušeny zákonem o vysokých školách. Název vysoké školy a její sídlo je taktéž stanoveno zákonem. Změny, jako jsou sloučení nebo splynutí s jinou veřejnou vysokou školou, je možné uskutečnit jen zákonem. Kompetence v rámci tohoto typu škol se skládají např. z vnitřní organizace, počet přijímaných uchazečů o studium, podmínky pro přijetí a rozhodnutí v přijímacím řízení, vytvoření studijních programů, organizování studia atp. Orgány státu mají možnost zasáhnout do aktivity veřejných vysokých škol, avšak pouze v rámci pravomocí určenými zákonem. Každá veřejná škola se musí skládat z akademického senátu, rektora, vědecké rady (popř. umělecké rady, v případě neuniverzitní vysoké školy akademické rady) a disciplinární komise. Mezi další orgány patří správní rada veřejné vysoké školy a kvestor³ a rada pro vnitřní hodnocení, je-li zákonem zřízena. Rozpočet se sestavuje na období kalendářního roku a nesmí být schodkový. Příjmy do rozpočtu veřejných vysokých škol jsou vytvářeny příspěvky ze státního rozpočtu, podporou výzkumu a vývoje, dotací ze státního rozpočtu atp. Poskytnutí příspěvku záleží na různých faktorech jako například finance vynaložené na akreditaci studijních programů, počet studentů nebo dosažené výsledky. Dotace poskytnuté veřejným vysokým školám jsou zaměřeny především na ubytování a stravu studentům. Každá veřejná vysoká škola je vlastníkem potřebného majetku k činnosti, pro níž byla vytvořena. Tento majetek musí být využíván k naplnění povinnosti v rámci vzdělávání. Stát není povinen ručit za závazky těchto škol. Veřejné vysoké školy musí každý rok vypracovávat a předkládat ministerstvu výroční zprávu o svém hospodaření. Dále jsou povinny poskytnout potenciálním uchazečům a studentům poradenské a informační služby, které souvisí se studiem na veřejné vysoké škole. Členění v rámci veřejných vysokých škol je tvořeno: fakultami, vysokoškolskými ústavami, jinými pracovišti pro vzdělávací a tvůrčí činnosti a účelová zařízení pro kulturu, sport, ubytování a stravu. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019) Fakultou se rozumí součást vysoké školy, jež nabízí alespoň jeden akreditovaný magisterský program a vytváří orgány příslušné fakulty, které patří do správy rektora. (Světlík, 1996)

Jak již bylo výše zmíněno, veřejných vysokých škol je v České republice 26 a mezi nejznámější lze zařadit Univerzitu Karlovu v Praze, Masarykovu univerzitu v Brně, Vysokou školu ekonomickou v Praze, Vysokou školu báňskou - Technickou univerzitu v Ostravě či Univerzitu Palackého v Olomouci. (MŠMT, © 2013 – 2019) Hodnocení nejlepších veřejných vysokých škol není jednotné, jelikož existuje velké množství kritérií, podle kterých lze hodnotit

³ Kvestor zajišťuje hospodaření a spravuje veřejnou vysokou školu a vystupuje po jejím jménem v rozsahu, který určil rektor. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019)

nejvhodnější vysokou školu. Podle webové stránky Vysokéškoly.cz (2019) vytvořila společnost Quacquarelli Symonds (QS) hodnocení nejlepších univerzit ve světě a Česká republika má desetinásobné zastoupení. Nejlépe si vedla Univerzita Karlova v Praze, která se velmi vysoko umístila v kategorii Arts and Humanities, společensko-vědních oborů, přírodovědných oborů a Life Sciences and Medicine. Dále se velmi dobře umístila Masarykova univerzita v Brně, která bodovala v oboru medicíny a humanitních věd. České vysoké učení technické v Praze získalo vysokou pozici v kategorii přírodních věd a technických věd. Česká zemědělská univerzita v Praze se současně s Masarykovou univerzitou v Brně umístila na stejné pozici v kategorii zemědělství a lesnictví. V ekonomických oborech se vysoko vyhoupla Univerzita Karlova a také Vysoká škola ekonomická v Praze. Chemické obory ovládá Univerzita Karlova v Praze, Vysoká škola chemicko-technologická v Praze a Univerzita Palackého v Olomouci. V posledním oboru Art and Design byla jako nejlepší česká univerzita zvolena Vysoká škola uměleckoprůmyslová v Praze.

3.2 Státní vysoké školy

Státní vysoké školy mají společensky prospěšné poslání a většinu právní úpravy stejnou jako veřejné vysoké školy. (Koudelka, 2008, in: Kudrová, Smrčka, 2013) Nejzásadnějším rozdílem je neexistence právní subjektivity a není zde povinnost vytvářet vlastní rozpočet, jelikož dochází k přidělování financí z rozpočtů příslušných ministerstev. V rámci státních vysokých škol dochází také k vykonávání působnosti samosprávných orgánů, ale také ministra obrany (Vojenská vysoká škola) a ministra vnitra (Policejní vysoká škola). Možnost vzniku, zániku či změny je dána pouze zákonem. (Pilný, 2005, in: Kudrová, Smrčka, 2013) V České republice jsou tedy pouze dvě státní vysoké školy. První je Policejní akademie České republiky v Praze, která disponuje dvěma fakultami. Dochází zde ke vzdělání odborníků především pro bezpečnostní sbory. Od začátku roku 2001 je tato škola organizační složkou České republiky. Druhou státní vysokou školou je Univerzita obrany v Brně. Zde je vzdělávání zaměřeno především na odborníky pro ozbrojené síly. Tato státní vysoká škola je považována za součást Ministerstva obrany. (MŠMT, © 2013 – 2019)

3.3 Soukromé vysoké školy

Soukromé vysoké školy jsou právnické osoby, které sídlí na území České republiky a mohou poskytovat vzdělávání na základě uděleného státního souhlasu Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. Ministerstvo může souhlas udělit ještě před zápisem právnické osoby do obchodního rejstříku. Žadatel o státní souhlas musí doložit žádost o udělení státního souhlasu

a uvést zde všechny povinné náležitosti jako např. název, sídlo a typ vysoké školy, studijní programy apod. Ministerstvo má od doručení této žádosti 150 dnů na rozhodnutí o udělení či neudělení souhlasu, což se stává, jestliže akreditační úřad nesouhlasí s udělením souhlasu, právnická osoba nesplnila povinné náležitosti pro uskutečnění vzdělávacích a tvůrčích činností vysoké školy nebo došlo k rozporu se zákonem popř. jinými právními předpisy. Právnická osoba je povinna zajistit dostatečné finanční prostředky pro funkci soukromé vysoké školy. Dále může Ministerstvo poskytovat soukromé vysoké škole dotace na stipendia studentům, jejichž výše je stanovena strategickým záměrem školy či kapitálovou náročností akreditovaných programů v rámci studia. Vysoká škola musí pro Ministerstvo každoročně vyhotovit a předložit výroční zprávu, zpracovat a projednat strategický záměr a vnitřně hodnotit kvalitu svého vzdělávání. V České republice jsou všechny soukromé vysoké školy zapsány v obchodním rejstříku jako společnost s ručením omezeným, akciová společnost nebo obecně prospěšná společnost. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019) Mezi nejznámější soukromé vysoké školy v České republice patří NEWTON College, a.s. v Brně, Moravská vysoká škola Olomouc, o.p.s., Vysoká škola logistiky, o.p.s. v Přerově nebo ŠKODA AUTO Vysoká škola o.p.s v Mladé Boleslavi. (MŠMT, © 2013 – 2019)

3.4 Terciární vzdělávání

Vzdělávání se v rámci terciárního sektoru dělí na vysokoškolské a vyšší odborné, které lze také získat na konzervatořích. Vzdělávací programy se klasifikují podle mezinárodní standardní klasifikace vzdělávání (ISCED). Vysokoškolské vzdělání má klasifikaci ISCED 645, 7 a 8 a vyšší odborné je klasifikováno jako ISCED 655. Termín terciární vzdělávání nemá v legislativě žádnou definici, přesto je oficiálně využíván. Aby mohl student využít tohoto vzdělání, musí dokončit středoškolské vzdělání s maturitní zkouškou a uspět v přijímacím řízení, které si stanoví vysoká škola. Důležitou součástí přijímacího řízení je přijímací zkouška. Studium na vysoké škole má 3 formy: prezenční, distanční nebo kombinace obou předešlých. Vysoké školy si stanovují studijní plán akreditovaného studijního programu, podle kterého studium probíhá. Akreditace poskytuje Akreditační úřad (Národní akreditační úřad pro vysoké školství). Všechny studijní programy mají jednu z 37 oblastí studia, které jsou stanoveny zákonem.

Vzdělání na vysoké škole je nejvyšší stupeň vzdělávacího procesu a má tři úrovně programu. Prvním stupněm je bakalářský studijní program, jehož délka jsou 3 až 4 roky. Druhou úrovní je magisterský studijní program, jenž má délku 1 až 3 roky, popř. 4 až 6 let, pokud se jedná o programy nenavazující na bakalářský studijní program (tzv. nestrukturované

studium). Závěrečným stupněm studia je doktorský studijní program, který lze studovat 3 až 4 roky. Zákon o vysokých školách dělí vysoké školy na univerzitní a neuniverzitní. Univerzitních vysokých škol je 24 veřejných, 2 státní a 3 soukromé. Charakteristické pro tento typ je, že uskutečňují výše zmíněné úrovně studia. Neuniverzitní vysoké školy jsou 2 veřejné a 33 soukromých a jsou typické zejména bakalářským studijním programem, popř. magisterským oborem. Neuniverzitní školy se nečlení na různé fakulty.

V rámci bakalářského studijního programu je nutností napsat bakalářskou práci a poté ji obhájit. Program je ukončen závěrečnou zkouškou a získáním titulu „bakalář“, který se píše ve zkratce Bc. před jménem. V uměleckých oborech je tento titul „bakalář umění“ (BcA.). Program připravuje studenty k praktickému využití získaných znalostí a k dalšímu studiu na magisterském programu. K získání magisterského titulu „magistr“ (Mgr.) či inženýr (Ing.), které se oba taktéž píší před jménem, je potřeba obhájit diplomovou práci a úspěšně složit státní závěrečné zkoušky. Zaměřením magisterského programu jsou teoretické poznatky a jejich praktická aplikace. Třetí program je doktorský a bývá ukončen obhájením disertační práce a složením státní doktorské zkoušky. Úspěšní studenti získají titul „doktor“, jehož zkrácená verze Ph.D. se píše za jménem. Typická pro tento program je samostatná tvůrčí činnost ve výzkumu a vývoji popř. samostatná tvorba v umělecké oblasti.

Akademický rok na vysoké školy, jehož začátek stanovuje rektor univerzity (většinou září nebo říjen), trvá 12 měsíců a člení se na zimní a letní semestr, jenž se dále spojují do ročníků. Každý semestr se skládá ze tří období. Prvním obdobím je standardní výuka, která trvá přibližně 14 týdnů. Druhé období je zkouškové, kde mají studenti povinnost prokázat znalosti získané během prvního období. A závěrečným obdobím jsou prázdniny.

Vyšší odborné školy se člení taktéž jako vysoké školy, avšak zde přibývají ještě církevní školy. Cílem tohoto studia je rozvinout a prohloubit dovednosti a znalosti, které student získal v rámci středoškolského studia, a poskytnout odborné i všeobecné vzdělání a praktické zkušenosti. (Eurydice, 2019) Také se snaží připravit studenty k výkonu náročné odborné činnosti. (Světlík, 1996) Přijetí na vyšší odborné školy je totožné s vysokými školami. Vzdělání je složeno z teoretické i praktické části. Forma studia je členěna na denní, večerní, dálkové, distanční či kombinované. (Eurydice, 2019) Denní forma studia má dobu trvání dva maximálně tři roky. V případě, že je v rámci denního studia zahrnuta praxe delší než 3 měsíce, může se studium prodloužit maximálně na 3 a půl roku. Doba trvání denního studia je stanovena na základě náročnosti jednotlivých odborných činností. Pokud se jedná o studium

při zaměstnání, je u stejného oboru prodloužena délka trvání o rok než v případě denního studia. (Světlík, 1996) Studenti jsou po 10 až 40 rozděleni do studijních oddělení, se kterými řeší veškeré záležitosti týkající se studia. Pro fungování je taktéž potřebná akreditace, avšak zde ji uděluje Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy na základě podkladu Akreditační komise pro vyšší odborné vzdělávání. Vzdělání je ukončeno odbornou zkouškou, zkouškou z cizího jazyka a obhajobou absolventské práce a není zde možnost pokračovat v navazujícím magisterském programu. Souhrnně se toto ukončení nazývá absolutorium. Student dostane vysvědčení o absolutoriu, diplom a titul „diplomovaný specialista“ neboli DiS., který se píše za jménem. (Eurydice, 2019) Vzdělání je financováno z rozpočtu MŠMT, avšak existují zde vyšší nároky na zajištění výuky, proto dochází k nárůstu skutečných nákladů nad výši státního příspěvku. (Světlík, 1996)

Na vyšších odborných školách trvá školní rok standardně od 1. září do 31. srpna a skládá se ze dvou období - výuky a prázdnin. Školní rok se také dělí na zimní a letní období. Studenti vyšších odborných škol mívají povinnost zajistit si přes období prázdnin kurzy či odborné praxe. (Eurydice, 2019)

V České republice existuje 10 různých druhů zaměření vysokoškolského studia. Mezi tyto typy patří lékařské, právnické, humanitní, ekonomické, filosofické, technické, pedagogické, umělecké, přírodovědné a policejní a vojenské zaměření. V rámci těchto zaměření je spousta odlišných oborů, které jsou jinak náročné a složité. Lékařské fakulty například nabízejí možnost studia Všeobecného lékařství, Zubního lékařství atp. Ekonomické fakulty naopak nabízejí možnost studovat Marketing, Obchod, Finance, Účetnictví a daně, Management nebo Ekonomiku podniku.

3.5 Přijímací řízení na vysoké školy

Vysokoškolské studium není nekonečné, je omezeno schopnosti jednotlivce a možnostmi společnosti. Ke zjištění splnění či nesplnění stanovených podmínek k bezplatnému studiu na vysoké škole se využívá proces nazývaný přijímací řízení. Tento proces slouží k otestování studenta v rámci splnění podmínek pro bezplatné studium na vysoké škole. Dále má také za úkol ověřit obecné, státem stanovené, předpoklady, které jsou nezbytné pro vysokoškolské studium. Jiným případem jsou soukromé vysoké školy, které nemají omezený počet přijatých studentů v závislosti na získaných státních finančních prostředcích. Pro soukromé školy jsou zákonem stanovené podmínky, které reprezentují minimální požadavky pro studium studijního oboru.

Hlavní podmínkou pro přijetí na bakalářský stupeň vysoké školy je úplné střední nebo úplné střední odborné vzdělání. Podmínkou pro studium magisterského stupně je dokončení bakalářského studijního programu. Taktéž pro studium doktorského stupně je nutnost dokončit magisterský studijní program. Pro uměleckou oblast je potřeba také získat akademický titul. (Kudrová, Smrčka, 2013)

Každá vysoká škola nebo jednotlivá fakulta si stanovuje vlastní podmínky pro přijetí na vysokou školu. Jedná se o prověření znalostí a schopností uchazeče o studium, popř. prospěchu získaného na střední škole. Pokud se jedná o studium magisterského studijního programu, tak jsou důležité znalosti získané během studia bakalářského studijního programu a počet získaných kreditů v období studia. Pro specifické studijní programy může být další podmínkou pro přijetí zdravotní způsobilost. V případě přijetí cizince na vysokou školu musí být splněny závazky, které plynou z vázanosti České republiky v mezinárodních smlouvách.

Doručení přihlášky na vysokou školu zahájí přijímací řízení. Přihláška má povinné náležitosti jako je jméno, příjmení, rodné číslo a místo trvalého bydliště. Pokud se jedná o cizince, musí být uvedeno datum narození, pohlaví, adresa bydliště na území České republiky a státní občanství. Zda byl student přijat ke studiu na vysoké škole v rámci studijního programu, který je pod záštitou fakulty, rozhodne děkan dané fakulty, o kterou uchazeč projevil zájem. Naopak o studium studijního programu uskutečněným vysokou školou rozhoduje rektor vysoké školy. Pokud se jedná o soukromou vysokou školu, o přijetí rozhoduje orgán, který je stanoven vnitřním předpisem dané soukromé vysoké školy. Rozhodnutí o přijetí či nepřijetí ke studiu je nutné vydat do 30 dnů od doby, kdy byly ověřeny podmínky pro přijetí. Uchazeč má možnost odvolat se proti rozhodnutí vysoké školy nejpozději však do 30 dnů od oznámení rozhodnutí. Toto odvolání vyhodnocuje rektor vysoké školy. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019)

3.6 Stipendium

Stipendium znamená finanční podporu pro studenty, kteří prokázali výjimečné studijní a tvůrčí výsledky, popř. sociální problémy. Stipendií existuje několik základních druhů – prospěchové, sociální, zvláštní, ubytovací či stipendium pro cizince. (Studentskéfinance.cz, 2016)

Každý student má možnost získat stipendium, které je hrazeno z dotace nebo příspěvku. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019) Stipendia jsou nabízena z vysoké školy, vládou České republiky, prostřednictvím nadace či fondu a jinými mezinárodními agenturami. (Studentskéfinance.cz, 2016) Student má nárok na stipendium v případě vynikajících studijních

výsledků, vynikajících výzkumných, vývojových a inovačních výsledků, které přispívají k prohloubení znalostí nebo při nepříznivé sociální situaci studenta. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019)

3.6.1 Sociální stipendium

Nárok na stipendium mají také studenti, kteří mají přídavky na dítě, ale pouze v případě, že příjem rodiny není vyšší než součin životního minima a koeficientu 1,5. Stipendium bývá přiznáno na dobu deseti měsíců během akademického roku. Výše stipendia za měsíc je stanovena dle čtvrtinové sazby minimální měsíční mzdy, která bývá zaokrouhlena nahoru na desetikoruny. Student musí prokázat svůj nárok tím, že získá potvrzení vydané státním orgánem sociální podpory. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019) Na sociální stipendium mají nárok studenti vysoké školy, jejichž rodina nezískává příjem vyšší než 1,5 násobek životního minima. Výše sociálního stipendia je také čtvrtinová sazba minimální mzdy. Sociální stipendium je upraveno v § 91 odst. 2 a 3 zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů a také v § 17 zákona č. 117/1995 Sb., o státní sociální podpoře. Sociální stipendium není započteno do rodinného příjmu, který dále slouží k výpočtu sociálních dávek. Jsou také osvobozeni od daně z příjmu. (MŠMT, © 2013 – 2019)

3.6.2 Ubytovací stipendium

Ubytovací stipendium bylo jako systém zavedeno v České republice 1. října 2005 dokončením reformy financování ubytování. Předchůdcem této reformy byl systém, kdy docházelo k rozdělení dotací na ubytování, které byly pod správou jednotlivých vysokých škol. Tento systém fungoval na principu získané dotace na základě počtu lůžek v ubytovacím zařízení školy. Problémem bylo, že byli financováni pouze studenti ubytování na kolejích. Novější systém zajistil podporu také studentům, kteří splní kritéria stanovená tímto systémem. Konkrétní přiznání stipendia je dáno řádem vysoké školy. Proto jsou podmínky pro přiznání ubytovacího stipendia na různých školách odlišné. Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy každý rok obnovuje pravidla pro poskytnutí dotací a příspěvků veřejným vysokým školám. Toto stipendium mohou od roku 2006 získat také studenti soukromé vysoké školy. Výše ubytovacího stipendia je různá, jelikož si ji každá vysoká škola stanovuje sama. (Studentskéfinance.cz, 2016)

3.6.3 Prospěchové stipendium

Prospěchové stipendium je určeno pro studenty s nejlepšími výsledky v průběhu svého studia. Toto stipendium bývá přiznáno zpětně, což znamená za minulé období studia. Podmínky

stipendia jsou určeny vysokou školou popř. fakultou. Důležitým kritériem jsou nejen známky, ale i počet kreditů získaných v daném období a složené zkoušky. Výše prospěchového stipendia je stanovena fakultním vedením. (Studenta, 2017)

Stipendium za nejlepší studijní výsledky je popsáno ve stipendijním řádu dané vysoké školy a uděluje jej rektor. Stipendium je stanoveno jako procento z celkového počtu studentů, kteří jsou pro daný akademický rok zapsáni na určité vysoké škole. Povinností pro získání tohoto stipendia je studium bakalářského či magisterského studijního programu bez přerušení, s nutností splnit všechny předměty, které si daný student pro svůj akademický rok zapsal, v předešlém akademickém roce získal minimální počet kreditů a žádaný studijní průměr. (StudentMag, 2017)

3.7 Studium v zahraničí

Každý student má v období svého studia možnost využít programu Erasmus+. Jedná se o studentskou výměnu se zeměmi, které jsou do tohoto programu zařazeny a výměny v rámci partnerské země. Podporuje vzdělávání, odbornou přípravu, mládež a sport. Studium v zahraničí umožňuje zlepšit komunikační schopnosti, jazykové, sociální a interkulturní dovednosti. Existuje zde také možnost kombinace zahraničního studia s pracovní stáží a tím získat důležitou praxi, což zvyšuje studentovi šance na získání lepší pracovní nabídky. Využít tohoto programu mohou bakalářští, magisterští i doktorští studenti. Pokud student magisterského programu stráví celý studijní program v zahraničí, garantuje mu EU studentskou půjčku, které může v případě zájmu využít. Program Erasmus+ mohou využít soukromé osoby různé věkové kategorie s touhou po vzdělání nebo organizace, mezi které lze zařadit univerzity, vzdělávací či výzkumné instituce. Trvání tohoto programu je stanoveno do roku 2020 v rámci strategie Evropa 2020, která má za cíl růst, zvýšení zaměstnanosti, sociální rovnost a lepší začlenění. Také se snaží prosadit udržitelný rozvoj vysokoškolského vzdělání.

Studium v zahraničí má různé doby trvání, nejméně však 3 měsíce a maximálně jeden rok, tedy 12 měsíců. Student může svůj pobyt v zahraničí uskutečnit vícekrát, nesmí však dojít k překročení 12 měsíců v období jednoho cyklu. Za cyklus je v této souvislosti považována úroveň studia – první cyklus je bakalářské studium, druhý cyklus magisterské studium a třetí cyklus je doktorské studium. Výjimkou jsou integrované studijní programy (medicína, architektura), kde je možnost studovat v zahraničí maximálně 24 měsíců.

Mezi základní podmínky pro využití programu Erasmus+ je povinnost zapsat se ke studiu na vysoké škole nebo vyšší odborné škole. Další podmínkou je, že v rámci prvního

cyklu musí být student minimálně ve druhém ročníku svého vysokoškolského studia. Zahraniční pobyt musí souviset se studiem, které vede k akademickému titulu, a vztahovat se ke studijnímu programu, který daný student využívá. Vysoká škola, která chce využívat tohoto programu pro své studenty, musí mít uzavřenou tzv. interinstitucionální dohodu, která studentům umožňuje vyjet do zahraničí, a listinu programu Erasmus pro vysokoškolské vzdělávání. Touto listinou však disponují pouze země, které se přímo účastní Erasmu+ (tzv. programové země). Pokud se jedná o partnerskou zemi, zásady této listiny jsou zakomponovány v interinstitucionální dohodě a partnerské země podpisem slibují dodržení těchto zásad.

Program Erasmus+ nabízí příspěvek, který pokrývá cestovní náklady a náklady na zahraniční pobyt. Výše tohoto příspěvku je ovlivněna několika různými faktory – rozdíly v nákladech na život v rámci pobytu v zahraničí, počtem studentů, kteří mají o příspěvek zájem nebo vzdáleností mezi zúčastněnými zeměmi. Nezávisle na získání grantu v rámci programu Erasmus+ je nutné podepsat grantovou dohodu, která popisuje dobu trvání zahraničního pobytu, výši grantu a jiná práva a povinnosti studenta. (Evropská komise, 2019)

3.8 Celoživotní vzdělávání

Celoživotní vzdělávání neboli kontinuální vzdělávání je veškeré studium v rámci života. Jedná se o povinnou či nepovinnou školní docházku, různé výcviky či kurzy. Tuto možnost vzdělání nabízí spousta vysokých škol či organizací a zaměřují se na odlišné cílové skupiny (např. Univerzita třetího věku) a v nabídce mají kurzy s odlišným zaměřením. Celoživotní vzdělávání na vysoké škole nabízí vysokoškolské vzdělání, ale neexistuje zde možnost získat akademický titul, jelikož studenti v programu celoživotního vzdělávání nejsou právně považováni za studenty a své studium mají zpoplatněno. Jakmile student celoživotního vzdělávání absolvuje všechny programy, získá osvědčení podle § 29 zákona č. 563/2004 Sb. (Vysokéškoly.cz, 2019) Úspěšný absolvent celoživotního vzdělávání je student, kterému vysoká škola uzná kredity získané v rámci tohoto programu do výše 60 % všech kreditů, které jsou potřebné k ukončení řádného studia.

Vysoké školy poskytují program celoživotního vzdělávání, který je orientován na výkon povolání nebo zájmu. Upřesnění podmínek celoživotního vzdělávání je stanoveno vnitřním předpisem dané vysoké školy. Každý účastník má povinnost seznámit se s tímto vnitřním předpisem předem. (Zákony pro lidi.cz, ©2010-2019) Tento typ vzdělávání je zaměřen především na nezaměstnané, osoby se zájmem o nové kvalifikace nebo osoby s touhou po prohloubení svých dosavadních znalostí v daném oboru. (Světlík, 1996)

3.9 Centrum pro studium vysokého školství

Centrum pro studium vysokého školství, v.v.i. (CSVŠ) se zaměřuje na výzkum vysokého školství. Tato instituce vznikla 1. dubna 1991 a od roku 2007 se dle zákona č. 341/2005 Sb. jedná o veřejnou výzkumnou instituci, která je zapsána v rejstříku veřejných výzkumných institucí Ministerstva školství, mládeže a tělovýchovy. CSVŠ se zabývá zkoumáním a analýzou informací o vysokých školách, univerzitách, studentech, ale i akademických pracovnících. Dále hodnotí kvalitu vysokoškolského vzdělání a řeší financování terciárního a vysokoškolského vzdělávání. Cílem je na základě evropské i mimoevropské spolupráce zvýšit a zlepšit úroveň vzdělání a od roku 2000 rozvíjí e-learningovou a digitální formu vzdělání. Vedením této organizace se zabývá Dozorčí rada, jejíž členové jsou jmenováni a odvoláváni zřizovatelem dle § 19 zákona č. 341/2005 Sb., o veřejných výzkumných institucích. Tento zřizovatel spadá pod Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy. V současné době se Dozorčí rada skládá ze šesti členů – náměstek ministra školství, mládeže a tělovýchovy, děkan Fakulty informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické v Praze, ředitelka odboru vysokých škol, Rada vysokých škol, ředitelka odboru podpory vysokých škol a výzkumu a rektor Univerzity Karlovy v Praze.

Centrum spolupracuje s různými partnery, ať už regionálními, národními či mezinárodními. Aktuálně řeší několik různých projektů, např. Eurostudent VII, který má trvání od roku 2018 do roku 2020. Zabývá se financováním studia a bydlením či zkušenostmi a spokojeností s vybraným studijním programem. Do výzkumu je mimo Českou republiku zapojeno dalších 27 zemí Evropy. Druhým význačným projektem je Absolvent 2018 probíhající od roku 2018 do roku 2019. Zaměřením tohoto projektu, jak již z názvu vyplývá, jsou absolventi vysokých škol, jenž ukončili své vysokoškolské studium v letech 2013 až 2017 a začali aktivně pracovat. Cílem je zjistit uplatnění absolventů na trhu práce a spokojenost zaměstnavatelů s jejich dosavadní prací. Třetím projektem je Eurograduate, který má trvání do roku 2020. Jedná se o evropský projekt, který je zaměřen na srovnání pracovních podmínek vysokoškolských absolventů v letech 2012/2013 a 2016/2017. Cílem tohoto projektu je sledování absolventů při jejich uplatnění na trhu práce. V současné době je jedním z nejdůležitějších a aktuálních projektů Projekt 100+, jehož návaznost je na konferenci o Vysokém školství a české společnosti v minulých 100 letech, zkoumá terciární vzdělávání. (CSVŠ, 2018)

3.10 Trendy ve vysokoškolském vzdělávání

Jedním z hlavních trendů, který se objevil teprve před nedávnem, jsou technologie. Dříve studenti k zapisování svých poznámek používali výhradně papír a tužku, dnes je tomu jinak. Prvotním zdrojem pro záznamy jsou notebooky, chytré mobily či tablety. Studenti tak mají neustále při ruce všechny potřebné technologie s velkým množstvím různých aplikací a vymožeností, což odvádí jejich pozornost od skutečného tématu v rámci studia. V souvislosti s moderními technologiemi se začaly využívat elektronické systémy, díky nimž se student přihlašuje ke zkouškám, zjišťuje všechny potřebné informace pro studium a také svůj prospěch. Internet je také prioritní zdroj k vyhledávání jakýchkoliv informací, teprve poté student využije knihy či skripta. K velkému vývoji na vysokých školách došlo také ve fázi přijímacích řízení. Některé vysoké školy berou v potaz pouze průměr středoškolského prospěchu a na základě splnění jejich stanovených podmínek studenty přijímají. Toto nelze považovat za adekvátní faktor pro přijetí, jelikož každá střední škola má jinou úroveň, čímž může dojít k přijetí studenta, který nemá odpovídající znalosti pro danou vysokou školu, avšak v rámci své střední školy měl znalosti více než dostačující. Navíc dochází k velkému využití studijních webů, které mají usnadnit studium. Jedním z hlavních zástupců studijních webů je například Primát, kde mohou studenti získat téměř vše potřebné pro své studium na jakékoliv vysoké škole. Co se týče nejžádanějších oborů o studium, tak již několik let lze považovat za vítěze humanitní a společenské obory. Na druhém místě jsou ekonomické obory, které jsou následovány lékařskými, právníckými a pedagogickými obory.

Dalším trendem ve vysokoškolském vzdělání je počet vysokoškoláků, který neustále klesá. Často se stává, že se student na danou vysokou školu přihlásí, ale k zapsání ke studiu už nedojde. Někdy je také problémem, že k zapsání studenta dojde, avšak není skutečným studentem, jelikož nenavštěvuje školu, a pouze využívá svého statusu studenta. Spousta vysokoškoláků naopak během studia mění svůj studijní obor nebo úplně mění vysokou školu. Klesající trend má tedy počet absolventů vysokých škol a to jak veřejných, tak soukromých. Jelikož došlo k zjednodušení programu Erasmus+, čím dál více zahraničních studentů využívá studia na našich vysokých školách. Taktéž naši studenti využívají možnost studovat v zahraničí. K velké změně také došlo v oblasti ubytování, neboť se cena ubytování na koleji v průměru dostala na úroveň ceny sdíleného bytu. Spousta studentů začala využívat bydlení se svými spolužáky v tzv. studentském bytě, jelikož je to pohodlnější a cena je stejně přijatelná jako vysokoškolské koleje.

4 Metodika výzkumu

V rámci této kapitoly je zachycen průběh výzkumu. Pro jasnější orientaci a větší přehlednost je tato kapitola členěna na dvě podkapitoly. První podkapitola se skládá z přípravné fáze marketingového výzkumu. Druhá podkapitola je zaměřena na fázi realizace. V přípravné fázi je dále definován výzkumný problém, cíl výzkumu, plán marketingového výzkumu, časový harmonogram a pilotáž. Realizační fáze popisuje sběr a zpracování dat.

4.1 Přípravná fáze

Tato kapitola definuje výzkumný problém a výzkumný cíl. Poté došlo k sestavení výzkumného plánu, časového harmonogramu a popisu předvýzkumu.

4.1.1 Výzkumný problém

Rozhodovací proces je nelehká činnost, která ovlivňuje náš život na každém kroku, proto je důležité si vybrat správně. Správně definovaný a uskutečněný rozhodovací proces může studentům středních škol ulehčit výběr té správné vysoké školy.

Vysoká škola je vzdělávací institucí, která připravuje odborníky na budoucí povolání. Jelikož však dochází k prudkému poklesu demografické křivky, není pro vysoké školy snadné získat studenty a udržet si je. Rychle se měnící faktory makroprostředí a mezoprostředí podněcují školy ke změnám a reakcím na tyto změny. Proto by se vysoké školy měly snažit připravit a nalákat středoškolské studenty právě na svou školu, a s tímto procesem přípravy by měly vysoké školy začít co nejdříve.

4.1.2 Cíle výzkumu

Hlavním cílem výzkumu diplomové práce je zjistit, jak se studenti středních škol rozhodují ohledně výběru vysoké školy. Díky výzkumu má být zjištěno, jaké faktory mají největší vliv na výběr vysoké školy a kdo je v tomto rozhodování nejvíce ovlivňuje.

Dílčím cílem byla snaha odhalit, zda existuje závislost, popřípadě jak silná, mezi vlivem rodičů a jejich vzděláním a také kdo má největší vliv na studenty při výběru vysoké školy a kde hledají informace o vysokých školách.

4.1.3 Plán marketingového výzkumu

Existují dvě metody marketingového výzkumu: kvalitativní a kvantitativní výzkum. Podle Kozla (2011) se kvalitativní výzkum snaží zjistit příčiny, proč se něco děje. Naopak kvantitativní výzkum získává údaje o četnosti výskytu. Cílem je získat kvantifikovatelné údaje.

Pro tuto diplomovou práci bude využito primárních dat, která jsou zjištěna prostřednictvím kvantitativního výzkumu, přesněji písemného dotazování. Tato metoda byla použita, jelikož je relativně časově a finančně nenáročná. Další výhodou je, že respondenti jsou téměř „donuceni“ odpovídat a mají dostatek času na vyplnění dotazníku. Dotazník bude rozdán středoškolským studentům v Opavě, a jelikož jsem zde také navštěvovala střední školu, jsou mi právě tyto 3 školy nejbližší. Také je zde největší potenciál studentů, kteří chtějí pokračovat ve svém studiu na vysoké škole. Zaměřím se především na Slezské gymnázium, Mendelovo gymnázium a Obchodní akademii a Střední odbornou školu logistickou. Dotazník bude rozdán pouze posledním ročníkům studia daných středních škol, jelikož právě tato skupina nejvíce řeší možnost volby a studia vysoké školy, neboť je to pro ně velmi aktuální téma. Bude využito Likertovy škály, jelikož se jedná o jeden z nejspolehlivějších způsobů, jak měřit postoje respondentů. (Hayes, 1998) Otázky v dotazníku budou především tvrzeními, kde si respondenti budou vybírat možnost na Likertově škále 1 (zcela souhlasím) až 5 (zcela nesouhlasím). Dotazník (viz Příloha č. 1) obsahuje celkem 39 otázek, z toho je 7 otázek demografických, první dvě jsou spíše informativní a zbylých 30 je škálovými tvrzeními. Dotazník dále obsahuje dvě filtrační otázky. Jedná se o první otázku, kdy v případě, že student vybere možnost „Ne“ pokračuje až na demografické otázky, čili úplně přeskočí škálová tvrzení. Druhá filtrační otázka má číslo 37, a pokud student vybere možnost „Ne“ pokračuje na poslední otázku.

Základním souborem jsou všechny statistické jednotky, které prokazují požadovaný statistický znak. Jedná se tedy o veškeré studenty maturitních ročníků středních škol na území České republiky ve věku přibližně 18 – 19 let, kteří studují na střední škole, a jejich studium je zakončeno maturitní zkouškou. Podle ČSÚ (2018) je v České republice k roku 2017/18 těchto studentů přibližně 76 623.

Jelikož je základní soubor poměrně velký a bylo by velmi časově a finančně náročné získat veškerá data z tohoto souboru, byl základní soubor upraven na výběrový soubor. K vymezení výběrového souboru byla použita nepravděpodobnostní výběrová technika vhodné příležitosti. Výběr vhodných respondentů byl ponechán na rozhodnutí tazatele. Výběrový soubor byl vytvořen z vhodných prvků (studentů maturitních ročníků středních škol), kterých bude minimálně 150.

4.1.4 Časový harmonogram

Pro jednodušší a spolehlivou tvorbu diplomové práce byl vytvořen časový harmonogram, který usnadní přehlednost v rámci jednotlivých fází a umožní sledovat časovou

posloupnost plnění plánu. Časový plán (Tabulka 4.1) znázorňuje dobu od psaní teoretických východisek až po samotnou kontrolu diplomové práce

Tabulka 4.1: Harmonogram činností

Činnosti	Období					
	11/2018	12/2018	01/2019	02/2019	03/2019	04/2019
Teoretická východiska						
Metodika výzkumu						
Charakteristika prostředí						
Tvorba dotazníku						
Sběr a analýza dat						
Návrhy a doporučení						
Kontrola DP						

Zdroj: vlastní zpracování

4.1.5 Předvýzkum

Předvýzkum neboli pilotáž se provádí, aby nedocházelo ve výzkumu ke zbytečným chybám a k odhalení případných nedostatků v dotazníku. Předvýzkum má za cíl otestovat logickou návaznost, pochopitelnost a srozumitelnost jednotlivých otázek v dotazníkovém šetření.

Pilotáž byla realizována na 10 respondentech, mezi něž patřili studenti různých středních škol v rámci Moravskoslezského kraje. Nebyly zjištěny žádné významné změny. Otázky nebyly tedy upraveny a zůstaly ve stejném pořadí.

4.2 Realizační fáze

V rámci této kapitoly je popsán podrobný sběr dat a také jeho zpracování využitím různých programů.

4.2.1 Sběr dat

Ke sběru dat na středních školách docházelo v třech různých dnech. Dne 28. ledna 2019 byl dotazník předložen studentům dvou tříd Slezského gymnázia v Opavě. Na Mendelově gymnáziu byl dotazník rozdán studentům dne 4. února. Ve středu dne 6. února se respondenty stali studenti Obchodní akademie a Střední odborné školy logistické v Opavě. Dotazník byl studentům předložen v tištěné podobě přímo v různých vyučovacích hodinách daných středních škol. Celkem bylo předloženo 187 dotazníků a vráceno bylo všech 187. Kvůli nedostatečným či chybějícím odpovědím byly 3 dotazníky odstraněny. V prvním dotazníku nebyly vyplněny demografické údaje. Ve druhém chybném dotazníku nebyly vyplněny otázky číslo 21 a 25.

Ve třetím a posledním nesprávném dotazníku došlo k nevyplnění 4. otázky. Konečný výběrový soubor tedy tvořilo 185 respondentů středních škol.

Na výše uvedených středních školách nebyl žádný problém s vyplňováním dotazníku či nepochopením zadání. Vyučující byli velmi vstřícní a studenti byli ochotni vyplnit předložené dotazníky.

4.2.2 Zpracování dat

Získaná data prostřednictvím písemného dotazování budou prvně zadána do programu Microsoft Office Excel, jelikož musí být nejprve překódována z písemné do počítačové podoby, aby mohla být následně přenesena do programu IBM SPSS Statistics 25. V tomto programu bude využito korelační a faktorové analýzy pro vyhodnocení dotazníku. Grafy budou pro větší přehlednost upraveny v programu MS Excel.

Korelační analýza měří existenci vztahu a sílu tohoto vztahu. Využívá korelačních koeficientů, které nabývají hodnot od -1 do 1. Pokud vyjde korelační koeficient 0, znamená to, že dané proměnné na sobě nezávisí. V případě, že se korelační koeficient rovná 1, jedná se o přímou závislost. Naopak pokud vyjde korelační koeficient roven -1, jedná se o nepřímou závislost. Existují 3 korelační koeficienty – Pearsonův korelační koeficient, Spearmanův koeficient korelace a Kendallův korelační koeficient. Pearsonův korelační koeficient má jednu hlavní podmínku, data musí být normálně rozdělena. Ke zjištění síly závislosti jednotlivých proměnných se používají hodnoty uvedené v Tabulce 4.2.

Tabulka 4.2: Hodnoty korelace

Hodnota korelace	Interpretace souvislostí
0,01 – 0,09	Žádná, triviální
0,10 – 0,29	Nízká až střední
0,30 – 0,49	Střední až podstatná
0,50 – 0,69	Podstatná až velmi silná
0,70 – 0,89	Velmi silná
0,90 – 0,99	Téměř perfektní

Zdroj: vlastní zpracování

Faktorová analýza umožňuje získaná data z marketingového výzkumu zredukovat na menší počet faktorů. U škálových otázek byla využita pětibodová škála, přičemž 1 znamená zcela s daným tvrzením souhlasím a 5 zcela s daným tvrzením nesouhlasím. Jedním z hlavních předpokladů využití faktorové analýzy je dostatečná velikost souboru. Bylo zapotřebí získat minimálně 120 respondentů. Minimální počet respondentů se získá vynásobením počtu tvrzení (30) x koeficient (4). Nejprve je důležité určit, zda je možno použít faktorovou analýzu. K tomuto zjištění se využívá Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy neboli KMO a Barletův test sféricity. V případě KMO musí být její hodnota větší než 0,5 (viz Tabulka 4.3). U Barletova testu sféricity musí dojít k přijetí alternativní hypotézy, hodnota signifikance musí být tedy nižší než 0,05.

Tabulka 4.3: Hodnocení KMO

KMO	Hodnocení KMO
0,9 – 1	Skvělý
0,8 – 0,9	Vysoký
0,7 – 0,8	Střední
0,6 – 0,7	Nízký
0,5 – 0,6	Špatný
Do 0,5	Faktorová analýza nemá smysl

Zdroj: vlastní zpracování

5 Analýza postojů středoškolských studentů k výběru vysoké školy

Tato kapitola popisuje analýzu jednotlivých otázek z dotazníku. Jednotlivé otázky jsou graficky zpracovány a popsány.

5.1 Průměry jednotlivých tvrzení

V této podkapitole jsou popsány průměrné hodnoty tvrzení škálových otázek. Jednotlivá tvrzení byla náhodně rozdělena do podobných kategorií a následně popsány. Výstupní tabulka je uvedena v Příloze č. 2.

5.1.1 Výběr vysoké školy

Z prvních tří škálových otázek (otázky č. 3, 4, 5) byla časová náročnost nejmenším problémem ovlivňujícím studenty při výběru vysoké školy, jelikož průměrná hodnota tohoto tvrzení činila 3,23. Lze tedy říci, že studenti nevěnují příliš času výběru a nepovažují to při svém rozhodování za důležité. Naopak středoškolští studenti považují výběr vysoké školy za důležité životní rozhodnutí. S daným tvrzením souhlasí v průměru 1,53 respondentů, což znamená, že většina dotazovaných s daným tvrzením zcela souhlasí. U tvrzení týkajících se obtížnosti výběru vysoké školy vyšla průměrná hodnota (2,70).

Nejčastějším důvodem výběru vysoké školy je získání znalostí a dovedností, které student získá v rámci svého studia na vysoké škole. Toto úzce souvisí s tím, že studenti považují tento životní krok za velmi důležitý. Průměrná hodnota 2,88 u tvrzení výběru vysoké školy kvůli možnosti získání vyššího platu poukazuje na to, že studenti toto nepovažují za klíčový důvod, podle kterého se při rozhodování orientují. Naopak za poměrně důležité s průměrnou hodnotou 2,61 považují studenti při svém výběru polohu vysoké školy. Pro středoškolské studenty je tedy více důležitá dobrá poloha, například v blízkosti bydliště či v hlavním dopravním uzlu se snadnou dostupností než možnost získání vyššího platebního ohodnocení.

Nejméně důležitým faktorem při výběru vysoké školy je pro studenty historie dané vysoké školy (3,77). Středoškoláci nepovažují univerzitu s dlouhodobou tradicí za významné kritérium, které by ovlivnilo jejich rozhodnutí o studiu. Druhým nejméně podstatným faktorem je vzhled školy, který má průměrnou hodnotu 3,35. Pro středoškolské studenty není tedy exteriér, interiér a vybavení školy příliš důležité. Důležitým kritériem při volbě vysoké školy (1,89) je uplatnění v oboru, které velmi úzce souvisí se druhým nejdůležitějším faktorem – získání znalostí a dovedností. Průměrným faktorem jsou při výběru reference z okolí, které

pro studenty nehrají příliš velkou roli. Přestože je uplatnění v oboru podstatným faktorem, prestiž povolání už pro studenty nehraje příliš významnou roli (2,53). Lze tedy říci, že se studenti chtějí uplatnit, ale už pro ně není moc důležité, kde se uplatní. Nejen pro vysoké školy, ale i pro zaměstnavatele, by bylo vhodné, dosáhnout v tomto kritériu co nejnižších hodnot. Studenti by měli při volbě vysoké školy zvažovat své budoucí povolání a výběr dané vysoké školy tomu přizpůsobit. Je tedy zřejmé, že v současné době jde studentům hlavně o získání titulu.

5.1.2 Kritéria výběru

Nejvíce důležitým kritériem ze všech uvedených je, aby studenta studium zaujalo. Průměrná hodnota činí 1,3. Vysoké školy se tedy musí zaměřit na atraktivnost své nabídky oborů a studijních programů a zaujmout tak potenciální studenty. Pověst a image školy není pro středoškoláky moc důležitá a dokonce ani přijímací zkoušky nemají přílišný vliv (2,56) na rozhodování studentů. Je tedy zajímavé, že studenty moc netrápí povinnosti, které náleží k přijetí na vysokou školu. Ještě méně podstatným kritériem, které o volbě studia rozhoduje, jsou zkušenosti lidí z okolí.

5.1.3 Ovlivňovatelé

Nejmenší roli při rozhodování o výběru vysoké školy mají pedagogové či výchovní poradci, jejichž služby studenti středních škol zřejmě nevyužívají, jelikož jako ovlivňovatelé mají hodnotu 4,19. Celkově ovlivňovatelé při rozhodování nehrají velikou roli, neboť nejnižší průměrná hodnota činí 2,75 a získali ji absolventi dané vysoké školy. Rodinní příslušníci a kamarádi nehrají taktéž téměř žádnou roli, získali pouze 3,46 resp. 3,67. Studenti se tedy podle všech získaných informací rozhodují sami a nezávisle na jejich okolí.

5.1.4 Informace

Dle získaných informací studenti nejčastěji využívají informace z webových stránek dané vysoké školy. Jedná se o velmi spolehlivý zdroj, avšak student při zjišťování informací již musí mít určitou představu o vysoké škole, kterou chce studovat, jelikož právě tyto webové stránky vyhledává. Naopak nejméně významné jsou pro studenta při výběru vysoké školy informace, které získá osobním setkáním, besedou či dny na středních školách, které jsou tomuto tématu zasvěceny. Hodnota tohoto kritéria činila pouze 3,08. Téměř shodné jsou pro studenty důležité informace ze dne otevřených dveří (2,73) a stránky zabývající se problematikou vysokých škol (2,75). Je tedy zřejmé, že studenti příliš nevyužívají různé stránky, jako například scio.cz, kampomaturite.cz apod. Pro vysoké školy je tedy velmi důležité

veškeré podstatné a zajímavé informace sdělit potenciálním studentům prostřednictvím svých webových stránek.

5.1.5 Financování

Nejčastější formou financování vysoké školy (1,67), se kterou studenti souhlasili, jsou příspěvky rodičů. Spousta studentů tedy v současné době spoléhá na finanční prostředky svých rodičů, které jim mají posloužit k zabezpečení jejich studia. Nejhorším faktorem v rámci financování a zároveň v rámci celého dotazníku je tvrzení, že si student musí vzít na své studium úvěr od banky. Průměrná hodnota činí 4,88. Lze tedy říci, že skoro žádný student nemusí využít bankovních služeb, aby vystudoval vysokou školu. Pouze dva studenti u této možnosti zvolili, že s daným tvrzením zcela souhlasí, tedy 1 a jeden respondent vybral ze škály možnost 3. Ostatní dotazovaní zvolili možnost 4 a především 5. Skoro stejnou hodnotu má tvrzení vlastního výdělků a uspořené peněz.

5.1.6 Doporučení

Velmi nízké hodnoty získalo tvrzení, kdy v případě spokojenosti student doporučí danou vysokou školu svým známým (1,43) a zároveň svým kamarádům pomůže při výběru vysoké školy (1,50). Pro další potenciální studenty bude tedy rozhodování mnohem jednodušší, jelikož budou mít osobní reference svých známých, avšak záleží, jak jsou pro druhou stranu tyto reference podstatné.

5.2 Třídění prvního stupně

Tato druhá podkapitola popisuje odpovědi respondentů na jednotlivé otázky. V Příloze č. 3 jsou uvedeny grafy jednotlivých odpovědí.

První otázka v dotazníku se dotazovala studentů, zda chtějí jít po střední škole na vysokou školu. Přes 88 % dotazovaných studentů vybralo možnost „Ano“, což se dalo předpokládat, jelikož dotazník byl rozdán na dvou gymnáziích. Nejméně zastoupenou odpovědí byla třetí možnost „Ještě nevím“, kterou vybralo přibližně 4 % respondentů. Jelikož byla tato otázka filtrační, v případě výběru možností „Ne“, kterou zvolilo 14 studentů (7,6 %), byl respondent odkázán na první demografickou otázku a na škálové otázky týkající se tématu již dále neodpovídal. Společnost scio (2018) ve svém výzkumu uvedla, že téměř každý žák gymnázia chce pokračovat ve studiu na vysoké škole a z obchodní akademie je to přibližně 90 % žáků.

Na druhou otázku, jestli už mají studenti vybranou vysokou školu, odpovídalo pouze 171 respondentů, kteří v předchozí otázce zvolili možnost „Ano“ nebo „Ještě nevím“. Z odpovědí na tuto otázku je zřejmé, že více než 80 % dotazovaných již v době dotazování mělo vybranou vysokou školu. Jelikož byl dotazník podán v době přelomu pololetí a termínu odevzdávání přihlášek na vysokou školu, je překvapující, že skoro 20 % dotazovaných vysokou školu ještě vybranou nemá.

Po těchto prvních dvou otázkách následovaly škálové otázky, kde 1 znamená, že dotazovaný s danou odpovědí zcela souhlasí a 5, že respondent s danou odpovědí zcela nesouhlasí. První škálová otázka zněla: „Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné“. S daným tvrzením zcela souhlasí přibližně 20 % studentů. Naopak zcela s daným výrokem nesouhlasí okolo 7 % středoškoláků. Prostřední možnost zvolilo nejvíce studentů (25,7 %). Studenti se tedy spíše přiklání k možnosti, že s tímto tvrzením spíše souhlasí.

Ve druhé škálové otázce „Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné“ byly výsledky odlišné. Naprostý souhlas s daným tvrzením vybralo 7 % studentů a naprostý nesouhlas více než 15 % respondentů. Z výsledků je zřejmé, že studenti s daným tvrzením spíše nesouhlasí, jelikož nejvíce zastoupenými odpověďmi byly na škále společně hodnoty 3 a 4.

Třetí výrok „Vybrat si vysokou školu považuji za důležité životní rozhodnutí“ měl velmi odlišné hodnoty oproti dvěma předchozím, jelikož s daným tvrzením zcela souhlasilo přibližně 70 % středoškoláků a naopak vůbec nesouhlasilo 2,3 % studentů. Čtvrtou možnost, tedy že spíše nesouhlasí, vybralo pouze 2,9 % středoškoláků. Lze tedy říci, že studenti s daným tvrzením velmi souhlasí a považují výběr vysoké školy za důležité životní rozhodnutí.

„Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu“ byla čtvrtá škálová otázka, na kterou studenti odpovídali. Necelých 30 % studentů volilo možnost třetí, která byla zastoupena nejvíce. Nejméně vybrali středoškoláci možnost absolutního nesouhlasu (11,1 %) a poté byla první možnost, kterou zvolilo 14,6 dotazovaných. V tomto tvrzení se studenti nejvíce přiklínili ke středu.

Ve tvrzení „Vybíráám si vysokou školu podle znalosti a dovednosti, které mi nabízí“ studenti nejvíce inklinovali k prvním dvěma možnostem. První i druhou možnost si zvolilo téměř 40 % dotazovaných středoškolských studentů. S daným tvrzením naopak zcela nesouhlasí pouze jeden dotazovaný. Prostřední možnost si zvolilo 17 % respondentů. Studenti

tedy zcela souhlasí nebo spíše souhlasí s daným tvrzením. Znalosti a dovednosti, které středoškoláci na vysoké škole mohou získat, jsou pro ně velmi důležité.

V šestém výroku „Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází“ byla nejvíce zvolenou odpovědí varianta spíše s daným výrokem souhlasím, kterou vybralo téměř 40 % studentů. Na druhé straně nejméně zvolenou odpovědí byla možnost absolutního nesouhlasu s daným tvrzením, kterou vybralo 7,6 % studentů. Zcela s danou odpovědí souhlasilo přibližně 15 % studentů. Pro středoškoláky je tedy jedním z důležitějších faktorů při výběru vysoké školy lokalita dané školy.

Další čtyři tvrzení v pořadí se týkají ovlivňovatelů, kteří působí na studenty středních škol. Se sedmým výrokem „Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní“ zcela souhlasilo pouze 7 % studentů a zcela nesouhlasilo téměř 26 % studentů. Stejný počet studentů zvolil možnost spíše souhlasím s daným tvrzením. Prostřední možnost zvolilo 24 % středoškoláků. Rodiče tedy nejsou podle středoškolských studentů největší ovlivňovatelé, co se týče výběru vysoké školy.

V osmé škálové otázce „Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi“ měla nejnižší zastoupení možnost absolutního souhlasu, kterou vybralo pouze 4,1 % respondentů. Dále měly odpovědi rostoucí tendenci. Každá další možnost totiž měla větší zastoupení oproti předešlé. Nejvíce zastoupenou možností tedy byl absolutní nesouhlas s tímto tvrzením, který zvolilo přibližně 32 % studentů. Kamarádi jako ovlivňovatelé jsou dle získaných dat pro středoškoláky ještě méně podstatní než rodiče či jiní příbuzní.

Taktéž deváté tvrzení „Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci“ mělo rostoucí tendenci. Zcela s daným výrokem souhlasili pouze tři dotazovaní a šest studentů spíše souhlasilo. Naopak téměř 50 % s daným výrokem zcela nesouhlasilo. Lze tedy říci, že pedagogové a výchovní poradci nehrají téměř žádnou roli jako ovlivňovatelé studentů při výběru vysoké školy. Studenti je nepovažují za klíčové v rámci svého rozhodovacího procesu.

Naopak desáté tvrzení „Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor“ mělo s výjimkou první možnosti klesající tendenci. Absolutní souhlas s daným výrokem vyjádřilo 17,5 % studentů. Spíše s tvrzením souhlasilo téměř 30 % studentů a naopak absolutní nesouhlas vyjádřilo přibližně 10 % dotazovaných. Je tedy zřejmé, že absolventi dané vysoké školy jsou

pro středoškolské studenty nejvíce klíčovými ovlivňovateli v rozhodovacím procesu ohledně výběru vysoké školy. Jejich názor je pro respondenty důležitý.

V jedenáctém tvrzení „Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy“ byla prostřední odpověď nejčastěji zvolenou možností. Vybralo ji téměř 35 % respondentů. Nejméně zastoupenou odpovědí byl absolutní souhlas, který zvolilo pouze necelých 10 % studentů. Druhou nejméně zvolenou odpovědí byl absolutní nesouhlas s pouhými 13,5 % dotazovaných. V tomto tvrzení se tedy studenti příliš nepřikláněli k žádné krajní možnosti. Lze tedy říci, že na tento výrok nemá většina studentů vyhraněný názor.

Tvrzení „Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání“ bylo poměrně nevyvážené, jelikož 42,7 % středoškoláků spíše souhlasí s tímto výrokem. Naopak spíše nesouhlasí přibližně 10 % a vůbec nesouhlasí více než 10 % respondentů. Studenti tedy výběr školy kvůli prestiži povolání považují za důležitý faktor při volbě vysoké školy. Přesto však 18 studentů vůbec nepovažuje prestiž povolání za důležitý prvek. Dle výzkumu společnosti scio (2018) patří prestiž povolání mezi jeden z nejdůležitějších faktorů.

S dalším tvrzením, které znělo „Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy“, zcela souhlasilo skoro 75 % respondentů. Naopak zcela nesouhlasil s daným tvrzením pouze jeden středoškolský student a dva spíše nesouhlasili. Nejvíce se tedy studenti přiklání k možnosti, že s daným tvrzením absolutně souhlasí. Je tedy vhodné, aby se vysoké školy zaměřily na vzhled a aktuálnost svých webových stránek, které studenti nejčastěji využívají.

Čtrnácté tvrzení „Informace o vysoké škole hledám na různých stránkách zabývajících se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě)“ bylo poměrně vyvážené. První možnost jako svou odpověď zvolilo 23,4 % respondentů. Opačnou variantu, tedy že zcela nesouhlasí, vybralo 15,2 % studentů. Prostřední možnost vybralo téměř 20 % dotazovaných. Studenti tedy v tomto ohledu mají odlišné názory a přibližně rovnoměrně se rozdělili do všech 5 možností. Největší zastoupení však získala druhá možnost, kterou si vybralo 25,7 % středoškoláků.

Ve výroku „Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří“ byly odpovědi obdobně vyrovnané jako v předchozím případě. První možnost zvolilo taktéž jako v předešlé otázce 23,4 % studentů. Nejméně zastoupená odpověď byla totožná s výše

uvedeným výrokem. Jednalo se o pátou možnost, která znamená, že 15,2 % studentů zcela nesouhlasí se získáváním informací prostřednictvím dne otevřených dveří. Opět nejčastěji zvolenou možností byla druhá odpověď, kterou označilo 27,5 % středoškolských studentů.

Škálová otázka „Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo“ byla nejméně vyrovnanou, jelikož s daným tvrzením zcela souhlasilo téměř 80 % středoškolských studentů. Naopak vůbec nesouhlasili dva středoškoláci a spíše nesouhlasil pouze jeden dotazovaný. Toto tvrzení mělo absolutně nejnižší průměr ze všech výroků, což vypovídá o tom, že studium musí být pro studenty zajímavé a atraktivní, aby je zaujalo. Pokud vysoká škola nabídne studentům něco neobvyklého, má možnost získat na svou stranu spoustu středoškoláků. Velmi nečekané je to, že možnost nesouhlasu zvolili tři respondenti.

V rámci sedmnácté škálové otázky „Je pro mě důležitá pověst a image školy“ byla nejčastější odpovědí možnost druhá, tedy spíše souhlasím. Tuto variantu označilo skoro 40 % dotazovaných studentů. Nejméně označenou odpovědí se stal absolutní nesouhlas, který vybralo pouze 6 respondentů. A prostřední možnost, která byla druhá nejčastější, zaškrtno téměř 30 %. Dle získaných výsledků lze říci, že studenti nepovažují pověst a image školy za příliš důležitou, avšak spíše inklinují k souhlasu s výše zmíněným tvrzením.

V dalším tvrzení „Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou“ byli studenti velmi nerozhodní. Největší zastoupení získala prostřední možnost. Celkem ji zvolilo 32,2 % středoškolských studentů. Nejmenší procentuální vyjádření získaly krajní odpovědi. Zcela s tímto tvrzením souhlasí 8,8 % a naopak zcela s výrokem nesouhlasí 9,4 % dotazovaných. Studenti se v této škálové otázce nejčastěji přiklánějí k nerozhodné možnosti.

Devatenáctá škálová otázka zněla „Kritérium pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky“. Celkem 22,2 % respondentů zcela souhlasilo s tímto tvrzením. Na druhé straně téměř 10 % respondentů zcela nesouhlasilo. Nejvíce se studenti přikláněli k možnosti prostřední, kterou zvolilo přibližně 30 % středoškoláků. Obdobně na tom byla druhá možnost, tedy spíše souhlasím, kterou taktéž zvolilo téměř 30 % respondentů. Studenti považují přijímací zkoušky při výběru vysoké školy za podstatný faktor při rozhodování.

„Vysokou školu hodnotím podle její historie“ bylo další již dvacáté tvrzení. Studenti nejvíce inklinovali k možnosti spíše nesouhlasím. Jako druhá nejčastější možnost byla absolutní nesouhlas s daným tvrzením. Naopak nejméně zastoupenou variantou byl absolutní

souhlas, který vybralo pouze 8 středoškolských studentů. Dle výsledků je zřejmé, že historie školy jako faktor je pro studenty spíše nepodstatná a nepovažují ji za důležitou pro svůj rozhodovací proces.

Dalším výrokem bylo: „Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru“. Studenti zvolili jako svou nejčastější odpověď naprostý souhlas s výše uvedeným tvrzením. Tento souhlas vyjádřilo 42,7 % studentů. Dále následovaly odpovědi s klesající tendencí až k absolutnímu nesouhlasu, který zvolili pouze tři středoškoláci. Druhou nejčastější možností byl částečný souhlas, který označilo 34,5 % respondentů. Studenti si tedy vysokou školu vybírají podle šance na uplatnění v oboru. Je pro ně důležité, aby měli šanci po studiu získat perspektivní práci. Podle výzkumu společnosti scio (2018) patří pracovní uplatnění mezi tři nejdůležitější faktory. Další dva jsou získání vysokoškolského titulu a vzdělání se a zdokonalování.

Ve výroku „Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí“ byla nejobsáhlejší odpovědí možnost prostřední, kterou zvolilo 41,5 % dotazovaných. Poté nejvíce studenti vybírali variantu částečného souhlasu (32,2 %). V tomto tvrzení studenti příliš neinklinovali ke krajním hodnotám, jelikož absolutní souhlas vyjádřilo pouze 7,6 % středoškoláků a absolutní nesouhlas zvolilo ještě méně než 7 % respondentů. Studenti tedy s tímto tvrzením spíše souhlasí, ale nemají příliš vyhraněný názor. Lze tedy říci, že okolní reference pro ně nejsou při rozhodování o své budoucnosti stěžejní.

Další škálová otázka zněla: „Vybírám si vysokou školu podle umístění“. Toto tvrzení bylo velmi shodné s otázkou číslo 8, avšak přesto se zde odpovědi lišily. V tomto výroku se studenti spíše přikláněli k prostřední možnosti, kterou zvolilo 31 %. Spíše souhlasím označilo necelých 30 % dotazovaných. Absolutní souhlas vyjádřilo 12,3 % a absolutní nesouhlas ještě nižší počet studentů (8,8 %). Je tedy zajímavé, že na téměř stejnou otázku studenti odpověděli odlišně. Umístění není pro dotazované příliš rozhodující, avšak spíše s daným tvrzením souhlasí.

„Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy“ je další škálovou otázkou, kterou studenti hodnotili. S tvrzením zcela souhlasilo pouze 6 studentů. Největší zastoupení získala prostřední možnost, která byla vybrána více než 30 % respondenty. Poměrně nízké procento (18,1 %) získala poslední možnost, absolutní nesouhlas. Pro studenty není vnější ani vnitřní vzhled rozhodující při výběru vysoké školy.

V další sekci škálových otázek se řešilo financování vysoké školy. První otázkou v této sekci a zároveň dvacátou pátou škálovou otázkou bylo: „Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče“. Výsledky této otázky byly nakloněny spíše na jednu stranu, stranu souhlasu. První možnost, zcela souhlasím, vybralo téměř 60 % studentů. Poté spíše souhlasilo 25,7 % studentů. Kdežto absolutní nesouhlas vyjádřilo pouze pět studentů, což v procentuálním vyjádření znamenalo 2,9 % studentů. Více než polovině studentů tedy budou vysokoškolské výdaje hradit rodiče, přesto se však našlo 5 studentů, kteří budou řešit financování vysokoškolského studia jiným způsobem.

Následující otázka v sekci financování zněla: „Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama“. Tato škálová otázka úzce souvisí s předešlou otázkou. Studenti nejčastěji zcela nesouhlasili s tímto tvrzením, přesněji 31,6 %. Zcela souhlasilo pouze 6,4 % dotazovaných. Lze tedy předpokládat, že těch 11 studentů, kteří s tímto tvrzením zcela souhlasili, patřili v předešlé otázce k těm, kteří nespolehnou na financování svého vysokoškolského studia rodiči.

Předposledním tvrzením v sekci financování bylo: „Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky“. V tomto výroku téměř všichni studenti zvolili absolutní nesouhlas, přesněji byla tato hodnota 92,4 %. Přesto dva studenti (1,2 %) absolutně souhlasili, že si na své vysokoškolské studium budou muset vzít úvěr od banky. Druhá možnost, tedy částečného souhlasu, nezvolil ani jeden student. Většina studentů bude volit jakoukoli jinou možnost než bankovní úvěr.

Poslední výrok v rámci sekce financování zněl: „Vysokou školu financuji ze svých uspořených peněz“ a měl rostoucí tendenci. Přibližně 42 % respondentů vyjádřilo absolutní nesouhlas, což opět souvisí s předešlými tvrzeními. Avšak přesto se našlo pět studentů (2,9 %), kteří označili absolutní souhlas, což znamená, že si studium musí hradit sami s penězi, které získali dříve a uspořili je. Prostřední možnost označilo necelých 20 % dotazovaných.

Předposlední škálovou otázkou bylo: „Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým“. V této otázce téměř 70 % studentů absolutně souhlasilo. Částečný souhlas vyjádřilo 26,9 % respondentů. Na další možnosti odpovědělo vždy méně než 10 % studentů. Částečný nesouhlas vybral pouze jeden student a absolutní nesouhlas zvolili dva studenti.

V poslední škálové otázce dotazníku „Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým“ se studenti nejvíce přikláněli k souhlasným odpovědím. Nejčastěji

zvolenou možností byl absolutní souhlas, který vybralo skoro 70 % studentů. Druhou nejvíce zastoupenou možností byl částečný souhlas, jenž vybralo 22,8 % středoškoláků. Naopak nejméně zastoupenou možností byl částečný nesouhlas, který vybrali pouze tři studenti, což v procentuálním vyjádření činí 1,8 %. Druhou nejméně zvolenou možností byl absolutní nesouhlas, jenž si za svou odpověď vybralo 2,3 % respondentů. Mezi středoškolskými studenty se tedy najdou 4, kteří nemají zájem pomoci svým kamarádům při výběru vysoké školy.

Další otázky byly demografické. První z nich, na kterou opět odpovídalo všech 185 dotazovaných, zněla: „Vaše pohlaví“. Na vybraných středních školách a gymnáziích byly získány odpovědi od 41,6 % mužů a 58,4 % žen.

Otázka „Jakou střední školu studujete“ měla nejvíce odpovědi gymnázia. Tuto možnost vybralo 72,4 % studentů a obchodní akademii zvolilo 27,6 % studentů.

Následující dvě otázky se týkaly nejvyššího vzdělání obou rodičů. V prvním případě otázka zněla: „Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Vaše matka“. Matku se základním vzděláním mají pouze 3 studenti. Nejvíce středoškoláků má matku středoškolsky vzdělanou s maturitou (46,5 %). Poté se umístily matky vysokoškolsky vzdělané, které má 35,1 % a vyučenou matku má 16,8 % studentů. Ve druhém případě „Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Váš otec“ má největší zastoupení otec středoškolsky vzdělaný s maturitou (38,9 %). O něco méně hlasů získal otec s vysokoškolským vzděláním (35,7 %). Vyučené otce má 24,3 % středoškoláků a se základním vzděláním mají otce pouze 2 studenti.

V otázce „Máte staršího sourozence“ docházelo k filtraci dotazovaných. V případě, že někdo zvolil možnost „Ne“ pokračoval k poslední otázce. Tuto možnost vybralo 48,6 % studentů, z čehož vyplývá, že 51,4 % studentů má staršího sourozence.

Na další otázku „Studuje/Studoval Váš starší sourozenec vysokou školu“ odpovídalo pouze 95 studentů, kteří v předchozí možnosti zvolili „Ano“. Staršího sourozence, který studuje či studoval vysokou školu, má 70,5 % dotazovaných a pouze 29,5 % nemá staršího sourozence s již získaným či potenciálním vysokoškolským titulem.

Na poslední otázku „Jaké je Vaše místo bydliště“ opět odpovídali všichni dotazovaní. Nejvíce zastoupenou možností byla městská část, kterou zvolilo 44,9 % studentů. Na vesnici žije 42,7 % dotazovaných a v centru města žije pouze 12,4 % respondentů.

5.3 Testování hypotéz

Hypotéza je neprokázané tvrzení o faktoru, který je předmětem zájmu výzkumníka. Existují dva typy hypotéz. Prvním typem je nulová hypotéza, který znamená, že mezi proměnnými neexistuje závislost. Druhým typem je alternativní hypotéza, která znamená existenci závislosti mezi proměnnými. Dochází k porovnání hodnot signifikance s hodnotou alfa, která je 0,05. V případě, že je hodnota signifikance větší než 0,05 dochází k zamítnutí alternativní hypotézy. Pokud je však hodnota signifikance nižší než 0,05 je přijata alternativní hypotéza.

Nulová hypotéza byla stanovena: „To, zda studenti mají vybranou vysokou školu, nezávisí na pohlaví“. Alternativní hypotéza zněla: „To, zda studenti mají vybranou vysokou školu, závisí na pohlaví“. V tomto případě došlo ke splnění obou podmínek pro využití klasického chi-kvadrát testu (viz Obrázek 5.1). Jelikož signifikance vyšla 0,392, což je vyšší hodnota než 0,05, znamená to tedy přijetí nulové hypotézy, tedy to, zda studenti mají vybranou vysokou školu, nezávisí na pohlaví.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,873 ^a	2	,392
N of Valid Cases	185		

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 5,83.

Obrázek 5.1: Chi-square test

Zdroj: vlastní zpracování

Ve druhém případě byla nulová hypotéza stanovena: „Jestli chtějí jít studenti na vysokou školu, nezávisí na typu střední školy, kterou studují“. Alternativní hypotéza byla opačná: „Jestli chtějí jít studenti na vysokou školu, závisí na typu střední školy“. Jelikož nebyly splněny podmínky použití klasického chi-kvadrát testu, musel být použit exaktní test (Monte Carlo metoda), viz Obrázek 5.2. Podmínka, jenž nebyla splněna, je maximálně 20 % očekávaných četností menších než hodnota 5. V našem testu vyšlo 33,3 %. Signifikace tedy vyšla 0,000, což je menší než 0,05, proto přijímáme alternativní hypotézu, typ střední školy ovlivňuje to, zda chtějí jít studenti na vysokou školu. Tato hypotéza se dala předpokládat již před začátkem testů, jelikož všichni studenti gymnázia s výjimkou jednoho, který nechce dále

ve studiu pokračovat a čtyř, kteří ještě nevědí, si zvolili gymnázium jako svou střední školu právě z důvodu pokračujícího studia na vysoké škole.

Chi-Square Tests				
	Value	Significance	Monte Carlo Sig. (2-sided)	
			99% Confidence Interval	
			Lower Bound	Upper Bound
Fisher's Exact Test	31,790	,000	,000	,000
N of Valid Cases	185			

Obrázek 5.2: Monte Carlo test

Zdroj: vlastní zpracování

Třetí a poslední nulová hypotéza byla stanovena: „To, zda již studenti mají vybranou vysokou školu, nezávisí na místě bydliště“. Alternativní hypotéza byla kladná, tedy: „To, zda studenti mají vybranou vysokou školu, závisí na místě bydliště“. V rámci tohoto testování byly splněny obě podmínky pro použití klasického chi-kvadrát testu (viz Obrázek 5.3). Signifikance vyšla 0,436, což je hodnota vyšší než 0,05, proto dochází k přijetí nulové hypotézy, tedy to, jestli studenti mají vybranou vysokou školu, nezávisí na místě bydliště. I výsledek této hypotézy se dal na začátku testu předpokládat, jelikož zásadním faktorem při výběru lze očekávat spíše typ střední školy.

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,661 ^a	2	,436
N of Valid Cases	171		

a. 1 cells (16,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,18.

Obrázek 5.3: Chi-square test

Zdroj: vlastní zpracování

5.4 Korelační analýza

Nejprve je potřeba provést ověření normality ke zjištění koeficientu, který lze pro vyhodnocení dále použít. V SPSS se k tomu využívá test normality, který je založen na hypotézách. Nulová hypotéza zní, že data jsou z normálního rozdělení a alternativní hypotéza, že data nejsou z normálního rozdělení. V Příloze č. 4 lze vidět, že signifikance

u všech tvrzení v rámci testu Kolmogorov – Smirnov jsou rovna 0,000, což je menší než 0,05, dochází tedy k přijetí alternativní hypotézy a potvrzení, že se nejedná o normální rozdělení. V případě testu Shapiro – Wilk je situace totožná. Proto byl využit Spearmanův korelační koeficient a Kendallův korelační koeficient.

V rámci korelace se dále využívá dvou hypotéz. Nulová hypotéza zní: „Mezi zkoumanými proměnnými X a Y neexistuje statisticky významná závislost. Alternativní hypotéza je definována jako: „Mezi zkoumanými proměnnými X a Y existuje statisticky významná závislost. V Příloze č. 5 je uvedena tabulka korelace jednotlivých škálových otázek.

Hodnoty Kendallova korelačního koeficientu jsou lehce odlišné od hodnot Spearmanova korelačního koeficientu. Pro jednoduchost a větší přehlednost bude využit pouze Spearmanův koeficient korelace. V případě Spearmanova korelačního koeficientu (viz Obrázek 5.4) je signifikance rovna 0,000, což je hodnota nižší než 0,05, znamená to tedy, že hodnoty korelují a existuje mezi nimi závislost. Přesněji mezi prvním a druhým tvrzením lze najít kladnou závislost, což znamená, že s rostoucí obtížností výběru vysoké školy roste i časová náročnost výběru vysoké školy. Hodnota koeficientu 0,525 znamená podstatnou až velmi silnou závislost.

Correlations

			Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné	Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné
Spearman's rho	Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné	Correlation Coefficient	1,000	,525**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	171	171
	Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné	Correlation Coefficient	,525**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	171	171

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.4: Korelační koeficient mezi obtížností a časovou náročností

Zdroj: vlastní zpracování

Hodnota signifikance je nižší než 0,05, přijímáme tedy alternativní hypotézu a lze potvrdit existenci závislosti mezi těmito dvěma proměnnými. Spearmanův korelační koeficient vlivu pedagogů či výchovných poradců na nutnost využít úvěru od banky na uskutečnění studia vyšel 0,213. Závislost mezi vlivem pedagogů a využití úvěru od banky je tedy nízká až střední. S rostoucí vlivem pedagogů roste i nutnost vzít si na studium vysoké školy bankovní úvěr.

Correlations				
Spearman's rho	Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci.		Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci.	Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky.
		Correlation Coefficient	1,000	,213**
		Sig. (2-tailed)	.	,005
		N	171	171
	Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky.	Correlation Coefficient	,213**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,005	.
		N	171	171

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.5: Korelační koeficient mezi vlivem pedagogů či výchovných poradců a nutností úvěru od banky na uskutečnění studia

Zdroj: vlastní zpracování

Co se týče znalostí a dovedností, které vysoká škola nabízí a zajímavosti studia, na základě přijetí alternativní hypotézy, lze potvrdit vzájemnou závislost proměnných. Podle Spearmanova koeficientu korelace existuje střední až podstatná závislost (Obrázek 5.6). Hodnota koeficientu vyšla 0,332. Čím více si studenti vybírají vysokou školu podle dovedností a znalostí, tím více je důležitá zajímavost studia.

Correlations				
Spearman's rho	Vybírám si vysokou školu podle znalostí a dovedností, které mi nabízí.		Vybírám si vysokou školu podle znalostí a dovedností, které mi nabízí.	Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo.
		Correlation Coefficient	1,000	,332**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	171	171
	Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo.	Correlation Coefficient	,332**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	171	171

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.6: Korelační koeficient mezi znalostmi a dovednostmi a zajímavosti studia

Zdroj: vlastní zpracování

Signifikance činí 0,000, je tedy menší než hodnota 0,05. Dochází tedy k přijetí alternativní hypotézy, která potvrzuje existenci závislosti mezi proměnnými. Korelační koeficient mezi časovou náročností a uplatněním v oboru vyšel -0,199. Jedná se o nízkou až střední závislost. Záporná hodnota znamená negativní vztah, tedy s rostoucí důležitostí lokality klesá důležitost historie vysoké školy.

Correlations				
			Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné	Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru.
Spearman's rho	Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné	Correlation Coefficient	1,000	-,199**
		Sig. (2-tailed)	.	,009
		N	171	171
	Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru.	Correlation Coefficient	-,199**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,009	.
		N	171	171

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.7: Korelační koeficient mezi časovou náročností a uplatněním v oboru

Zdroj: vlastní zpracování

Proměnné doporučení vysoké školy svým známým a pomoc při výběru kamarádům mezi sebou mají závislost, jelikož je hodnota signifikance nižší než 0,05 a došlo tedy k přijetí alternativní hypotézy. Spearmanův korelační koeficient vyšel 0,673, což značí existenci podstatné až velmi silné závislosti. Tato korelace je ze všech proměnných absolutně nejvyšší. Studenti tedy s rostoucím doporučením vysoké školy svým známým, zvyšují velmi silně možnost pomoci kamarádům při výběru školy.

Correlations				
			Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým.	Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým.
Spearman's rho	Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým.	Correlation Coefficient	1,000	,673**
		Sig. (2-tailed)	.	,000
		N	171	171
	Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým.	Correlation Coefficient	,673**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,000	.
		N	171	171

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.8: Korelační koeficient mezi doporučením vysoké školy a pomoci při výběru

Zdroj: vlastní zpracování

V případě vlivu rodičů a vzděláním otce je přijata alternativní hypotéza, tedy existuje mezi proměnnými závislost. Hodnota korelačního koeficientu je -0,180, což symbolizuje negativní a nízkou až střední závislost. Čím je větší vliv rodičů na výběr vysoké školy, tím je nižší vzdělání otce. Pokud se však jedná závislost vlivu rodičů na vzdělání matky, tak zde dochází k přijetí nulové hypotézy a závislost zde není. Z Obrázku 5.9 lze dále vyčíst, že dojde k přijetí alternativní hypotézy, tedy existenci závislosti mezi vzděláním matky a otce. Hodnota

Spearmanova koeficientu je 0,484 a značí střední až podstatnou závislost. S rostoucím vzděláním matky zároveň roste i vzdělání otce.

Correlations					
		<div> <div>Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní.</div> <div>Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Vaše matka?</div> <div>Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Váš otec?</div> </div>			
Spearman's rho	Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní.	Correlation Coefficient	1,000	-,128	-,180*
		Sig. (2-tailed)	.	,096	,018
		N	171	171	171
	Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Vaše matka?	Correlation Coefficient	-,128	1,000	,484**
		Sig. (2-tailed)	,096	.	,000
		N	171	185	185
	Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Váš otec?	Correlation Coefficient	-,180*	,484**	1,000
		Sig. (2-tailed)	,018	,000	.
		N	171	185	185

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Obrázek 5.9: Korelační koeficient mezi vlivem rodičů a vzděláním obou rodičů

Zdroj: vlastní zpracování

5.5 Faktorová analýza

Při vyhodnocování škálových otázek se analyzuje konzistence neboli reliabilita. Optimální hodnota je přibližně 0,7. K tomuto zjištění se používá tzv. Cronbachovo alfa, které při analýze vyšlo 0,715, což je ideální hodnota. Lze tedy říci, že baterie je velmi konzistentní.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,715	30

Obrázek 5.10: Cronbachovo alfa

Zdroj: vlastní zpracování

Nejprve se v rámci faktorové analýzy zkoumá hodnota Kaiser – Meyer – Olkin measure of sampling adequacy (KMO) neboli hladina významnosti testů, která vyšla 0,654, což je větší než 0,5, proto můžeme použít faktorovou analýzu. Tuto hladinu významnosti lze vyčíst z Obrázku 5.11. Pokud by hodnota KMO byla nižší než 0,5, je potřeba sesbírat data od více respondentů. Podle hodnoty signifikance, která je 0,000, což je menší než 0,05, proto zamítáme nulovou hypotézu a ve faktorové analýze můžeme dále pokračovat.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,654
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1577,602
	df	435
	Sig.	,000

Obrázek 5.11: Hodnota KMO

Zdroj: vlastní zpracování

Z Přílohy č. 6 lze vyčíst, že hodnota Eigenvalues je v případě 10 proměnných větší než 1. Prostřednictvím faktorové analýzy dojde k redukci všech tvrzení na 10 faktorů, které jsou následně sloučeny pomocí tzv. „Rotovaná matice“ neboli Rotated Component Matrix (viz Příloha č. 7). Z této matice lze dále vyčíst vznik nových deseti faktorů a dále, ze kterých tvrzení se jednotlivé faktory skládají. Těchto deset nově vzniklých faktorů bylo následně pojmenováno podle tvrzení, které v sobě obsahují (viz Tabulka 5.1)

První faktor se skládá z tvrzení „Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama“, „Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče“ a „Vysokou školu financuji ze svých uspořených peněz“. Tento faktor bude nazván **financování**. Ve druhém faktoru jsou 4 poměrně odlišné hodnoty – „Vybírám si vysokou školu podle znalosti a dovednosti, které mi nabízí“, „Vybrat si vysokou školu považuji za důležité životní rozhodnutí“, „Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo“ a „Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy“, které jsou nazvány **osobní rozvoj**. Třetí faktor je složen ze tří hodnot – „Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání“, „Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu“ a „Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru“. Tato tři tvrzení jsou společně pojmenována **budoucí povolání**. Ve čtvrtém faktoru se nachází pouze 2 hodnoty – „Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým“ a „Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým“. Jsou společně nazvány **doporučení**. Pátý faktor v sobě zahrnuje 4 hodnoty – „Vysokou školu hodnotím podle její historie“, „Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí“, „Je pro mě důležitá pověst a image školy“ a „Informace o vysoké škole hledám na různých stránkách zabývajících se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě)“, které jsou pojmenovány **reference školy**. Šestý faktor se skládá ze dvou hodnot – „Vybírám si vysokou školu podle umístění“ a „Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází“, které nesou název **lokalita**. Sedmý faktor je složen ze 4 hodnot – „Při výběru vysoké školy

mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní“, „Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi“, „Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci“ a „Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky“, jenž jsou nazvány **ovlivňovatelé a úvěr**. Osmý faktor se skládá ze dvou hodnot – „Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné“ a „Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné“, které nesou společný název **výběr**. Devátý faktor je tvořen třemi hodnotami – „Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří“, „Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy“ a „Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy“, které se jmenují **osobní pocit**. Poslední desátý faktor je složen ze tří hodnot – „Kritérium pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky“, „Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou“ a „Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor“ nesoucí společný název **kritérium a názor**.

6 Návrhy a doporučení

Podkladem pro tvorbu návrhů a doporučení, které jsou uvedeny v rámci této kapitoly, byly výsledky analýzy postojů středoškolských studentů k výběru vysoké školy, které byly získány díky dotazníkovému šetření. Kapitola je pro větší přehlednost členěna do podkapitol. První podkapitolou jsou návrhy a doporučení s výběrem vysoké školy. Druhá podkapitola jsou návrhy a doporučení pro kritéria výběru vysoké školy. Na konci těchto podkapitol jsou jednotně shrnuty poznatky získané z analýzy dat.

6.1 Návrhy a doporučení s výběrem vysoké školy

Díky výsledkům z dotazníkového šetření bylo zjištěno, že téměř 90 % studentů chce po své střední škole pokračovat ve studiu na vysoké škole. Toto velké procento je z větší části tvořeno především respondenty z gymnázií, od kterých společnost očekává, že po složení maturitní zkoušky budou dále ve studiu pokračovat. Zajímavým zjištěním však bylo, že někteří dotazovaní ještě v době sběru dat neměli vybranou vysokou školu, přestože výzkum probíhal na přelomu pololetí, kdy již bylo možné podávat přihlášky na vysoké školy. Středoškolští studenti považují výběr vysoké školy za obtížný, ale přesto pro se pro ně nejedná o časově náročný proces a nevěnují mu tak příliš mnoho času, i přestože se jedná o velmi důležité životní rozhodnutí, které bude mít pozdější vliv na budoucí povolání. Navíc více než dvě třetiny studentů souhlasily, že se jedná o životně důležité rozhodnutí. Je tedy zarážející, že právě tomuto rozhodnutí studenti nechtějí věnovat svůj drahocenný čas. Vysoké školy by se tedy měly snažit studentům usnadnit rozhodování a poukázat na své přednosti a svůj záměr. Nejpodstatnějším faktorem výběru je zajímavost studia. Díky této získané informaci z dotazníkového šetření mohou vysoké školy nabídnout svým potenciálním studentům nové možnosti rozvoje. Je důležité poskytnout spoustu praktických cvičení, která mohou být přínosem. Dále umožnit studentům například vycestovat do zahraničí s programem Erasmus+ a získat tak cenné kulturní, jazykové a ekonomické zkušenosti, které lze později využít při získávání zaměstnání. Pro studenty mohou být také zajímavé různé mimoškolní a školní aktivity, jako například účast v akademickém senátu či nějakém specifickém klubu. Zajímavých příležitostí, které může škola nabídnout a tím získat studenty na svou stranu, je spousta, avšak každá vysoká škola si musí sama zvolit, které jsou pro jejich potenciální studenty klíčové a mají největší šanci uspět. Středoškoláci velmi kladně hodnotili získání znalostí a dovedností, které studenti během svého studia nabydou. Důležité je, aby vysoké školy prezentovaly především své předměty, praktické znalosti, možnosti získání různých certifikací apod. Za další klíčový faktor výběru lze považovat uplatnění v oboru. Z tohoto údaje lze vyčíst, že když si studenti

na střední škole vybírají svou vysokou školu, už myslí na své budoucí povolání. Každá univerzita by tedy měla středoškolákům nabídnout širokou nabídku firem, se kterou vedou úzkou spolupráci, přičemž zde existuje potenciální možnost po absolvování vysoké školy získat uplatnění. Nejlepší volbou by bylo umožnit středoškolákům poznat firmy osobně a zajistit jim setkání s možnými potenciálními zaměstnavateli, čímž může dojít k pozitivnímu ovlivnění názorů studentů. Prestiž povolání byla také vyhodnocena jako poměrně důležitý faktor. V případě například spolupráce se známou nadnárodní společností může vysoká škola velmi dobře využít a tím získat na svou stranu nové a zajímavé budoucí absolventy jejich školy. S tím úzce souvisí výběr vysoké školy kvůli potenciální možnosti získání vyššího platu. Pokud tedy dojde ke spolupráci vysoké školy s firmami, které mohou studentům po absolvování vysoké školy nabídnout práci, bylo by přínosné poukázat i na výši platu, který může student při svých znalostech a zkušenostech získat. I přesto, že středoškoláci byli v této otázce poměrně nerozhodní, jedná se o důležitý prvek, který má zcela jistě poměrně velký vliv při rozhodování. Studenti také považují za poměrně důležitý faktor lokalitu vysoké školy, kterou mohou využít ve svůj prospěch a poukázat na snadnou dostupnost z různých dopravních prostředků. V dnešní době spousta studentů jezdí i automobily, proto by bylo vhodné poukázat na dostupnost parkování, pokud jej může vysoká škola nabídnout. Velmi kladně by studenti určitě ohodnotili přehlednou mapu různých dostupných zastávek z odlišných dopravních spojů. Lze studentům také nabídnout zkrácenou verzi jízdního řádu, která bude odpovídat vyučovacím hodinám dané vysoké školy. Faktor, který byl při výběru absolutně nejméně podstatný, byla historie školy. Některé vysoké školy s dlouholetou tradicí si právě na této informaci velmi zakládají, avšak z dotazníkového šetření je zřejmé, že pro studenty je toto velmi nedůležité, proto by se vysoké školy měly zaměřit na jiné zajímavější a adekvátnější informace pro studenty. Taktéž není exteriér a interiér školy považován za klíčový faktor při rozhodování. Studenti tedy tvrdí, že si školu podle jejího vzhledu nevybírají. Podle získaných dat jsou potenciální vysokoškoláci spíše nerozhodní ohledně vlivu zkušeností jejich známých. Je tedy zajímavé, že jsou studenti nestranní ohledně okolních zkušeností, avšak přesto je pro ně poměrně důležitá pověst a image školy. Velmi tedy záleží na pozitivním WOM různých lidí z okolí daného studenta, jelikož pro jednotlivé dotazované je pověst a image podstatná. Vysoké školy by měly mít za svůj cíl uspokojit potřeby jednotlivých studentů a tím generovat kladné WOM, což podle dat může přilákat nové potenciální studenty, kteří si nechají poradit od svých známých, jenž mají s danou vysokou školou nejlépe kladné zkušenosti. Příjímací zkoušky jsou taktéž jedním z důležitějších faktorů ovlivňující volbu vysoké školy. Některé školy nabízejí možnost prominutí přijímacích zkoušek na základě získaných výsledků při studiu střední školy. Dalším

typem přijímaček jsou národní srovnávací zkoušky, které jsou jednotné pro různé školy. Je však zásadní prověřit znalosti jednotlivých uchazečů o studium, jelikož může dojít k přijetí studenta, který na střední sice prokázal své znalosti na výbornou, avšak jeho znalosti pro danou vysokou školu či přímo fakultu nejsou odpovídající.

6.2 Návrhy a doporučení pro kritéria výběru vysoké školy

Mezi nejdůležitější ovlivňovatele pro středoškoláky lze zařadit absolventy dané vysoké školy. Pro středoškolské studenty je velmi důležité poslechnout si názor někoho zkušenějšího a se znalostmi vysoké školy, o kterou projevují svůj zájem. Naopak mezi nejméně podstatné ovlivňovatele patří pedagogové či výchovní poradci na středních školách. Přesto vedení středních škol klade poměrně velký důraz na komunikaci pedagogů a výchovných poradců se středoškolskými studenty ohledně výběru vysoké školy. Pro studenty jsou tyto informace téměř irelevantní. Střední školy by měly využít svých absolventů, kteří studovali různé vysoké školy a pozvat je, aby promluvili a předali své osobní zkušenosti budoucím vysokoškolákům. To může zároveň zjednodušit rozhodování středoškoláků. Dále to může umožnit získání informací od absolventů informace, které nejsou nikde dostupné. Vysokoškolští absolventi tak mohou předat své zkušenosti dále a ulehčit svým mladším následovníkům obtížný proces výběru. Studenti nepřikládají téměř žádnou váhu vlivu kamarádů ani rodičů či jiných příbuzných. Rodiče tedy nemají příliš velký vliv při rozhodování jejich dětí. Navíc nebyla prokázána závislost mezi vlivem rodičů a vzděláním matky. Naopak negativní závislost byla zjištěna u vlivu rodičů a vzděláním otce. Lze tedy říci, že dotazování si školu vybírají podle sebe a ne například podle toho, jakou studovali jejich rodiče či kamarádi. Nerozhodnost respondentů se také velmi projevila při osobních setkáních, besedách a podobných akcích, které různé střední školy pro své žáky konají. Pokud tedy vysokoškolští učitelé jezdí na střední školy a snaží se tak nalákat nové studenty, nemá to téměř žádný podstatný efekt, jelikož středoškoláci jsou vůči tomuto lhostejní. Co se týče vyhledávání informací, tak největší úspěch mají webové stránky vysoké školy. Naopak nejméně důležité jsou pro studenty různé webové stránky, které se problematikou výběru dané vysoké školy zabývají. Vysoké školy musí tedy svou pozornost zaměřit především na webové stránky, které musí být pro studenty zajímavé na první pohled. Informace ze dne otevřených dveří jsou dle získaných dat také podstatné, avšak méně než webové stránky. Avšak pokud studenti využívají právě webové stránky vysoké školy, musí mít aspoň z části představu, na kterou školu chtějí pokračovat, jelikož právě tyto stránky budou vyhledávat. Co se týče financování vysokoškolského studia, bude většina studentů žít z příspěvků rodičů. Protikladnou odpovědí se stal úvěr od banky. Většina studentů si tedy může

dovolit jít studovat vysokou školu, jelikož jejich rodiče mají dostatek financí na jejich vysokoškolské výdaje. Pouze malé procento bude muset využít jiný zdroj, než jsou právě rodiče. Někteří zvolili možnost samostatného výdělků popřípadě uspořené peníze. V současné době jsou výdaje na vysokou školu poměrně vysoké, rodiče potenciálních studentů musí mít tedy dostatečné úspory či příjmy, díky kterým umožní svým dětem studovat. Existují středoškoláci, kteří preferují absolutní nezávislost, proto netouží po financování ze strany rodičů a zvolili tedy jinou alternativu, která jim zpřístupní studium na vysoké škole. Jednou z mnoha výhod vysoké školy je možnost mít při studiu brigádu či jiný přivýdělek. Většina škol umožňuje upravit si rozvrh podle vlastních potřeb, což dovoluje studentům využít svůj volný čas efektivně a vydělat si nějaké peníze, které mohou popř. sloužit k úhradě studia. Spousta studentů této možnosti využije a získá tak nejen finanční ohodnocení, ale i praktické zkušenosti svých teoretických poznatků. V oblasti doporučení studenti rozhodli téměř jasně. Rozhodli se doporučit a předat své zkušenosti dále a poskytnout pomoc kamarádům s výběrem, což opět vede ke generování kladného WOM. Vysoké školy se tedy musí snažit uspokojit studentské potřeby co nejvíce a tím si zajistit generování pozitivního slova z úst.

Ideálním způsobem, jak právě na svou školu nalákat studenty, by tedy bylo využít co největší ovlivňující sílu absolventů dané vysoké školy. Určitě vyzdvihnout úzkou spolupráci s různými firmami, kde mohou studenti později své získané zkušenosti a znalosti uplatnit a tím získat povolání v oboru, který tolik let studují. Jak již bylo zmíněno výše, velmi nepodstatnou informací pro studenty je historie školy, proto by se tou částí vysoké školy neměly téměř vůbec zabývat a naopak by měly svůj čas využít pro podstatnější a zajímavější prvky. Nejdůležitějším prvkem pro studenty je zajímavost studia. To lze velmi dobře zkombinovat s hledáním informací na webových stránkách, které studenti považují za nejdůležitější. Webové stránky musí být tedy pro studenty zajímavé, přehledné a stručné. Dle získaných dat je možno říci, že studenti nechtějí číst žádné informace o historii školy. Naopak chtějí znát své možnosti po škole. Určitě je vhodné uvést firmy, se kterými škola spolupracuje, popř. kde má umístěné své absolventy, poté jaká existuje možnost se do těchto firem dostat a jaké jsou k tomu potřeba praktické zkušenosti a teoretické poznatky. Jelikož je zajímavost studia pro studenty nejdůležitější, je potřeba velmi zdůraznit možnosti, které škola nabízí, ať už se jedná o školní či mimoškolní aktivity, vyučované předměty, praktické znalosti, odborníky z praxe, různé možnosti certifikátů (jazykových či jiných). Studenti tento problém považují za životně důležité rozhodnutí, proto jim lze usnadnit volbu a umožnit jim například vyzkoušet si den na vysoké škole. Dále mohou vysoké školy ukázat, jak probíhá studium, zkoušky či státní závěrečné

zkoušky a tím zpřístupnit studentům informace o různých předmětech. Je přínosné, aby každý středoškolák tušil při podávání přihlášky na vysokou, co se od něj čeká a jaké mu škola nabízí možnosti. Bylo by vhodné studentům ukázat jednotlivé předměty, co pro ně bude z tohoto předmětu přínosem a jak jej mohou využít v budoucnosti, přičemž by škola měla poukázat na úzkou spolupráci s firmami a zjednodušit tak rozhodování podle uplatnění v oboru. Studium na vysoké škole budou z větší části hradit dotazovaným rodiče, takže by vysoké školy měly alespoň lehce naznačit průměrnou utracenou částku jednoho studenta, například na semestr nebo akademický rok. Studenti také usoudili, že v případě spokojenosti se studiem pomohou s výběrem vysoké školy svým známým.

7 Závěr

Cílem diplomové práce bylo analyzovat hlavní faktory rozhodovacího procesu středoškolských studentů při výběru vysoké školy a dílčím cílem bylo porovnat závislost rodičů jako ovlivňovatelů na jejich vzdělání.

Pomocí dat získaných z dotazníkového šetření byly zjištěny průměry odpovědí na jednotlivá tvrzení studentů. Nejprve však respondenti volili, zda vůbec chtějí jít na vysokou školu. Díky jednotlivým průměrným hodnotám tvrzení bylo analyzováno, se kterou škálovou otázkou studenti zcela souhlasí, popř. zcela nesouhlasí. Dále bylo využito korelační analýzy pro zjištění dílčího cíle, kterým bylo, zda existuje závislost mezi rodiči jako ovlivňovateli a jejich vzděláním. V případě otce existuje negativní závislost, a co se týče matky, tak zde závislost nebyla objevena. Díky faktorové analýze, jenž byla provedena na konci páté kapitoly týkající se analýzy postojů středoškolských studentů při výběru vysoké školy, bylo 30 škálových otázek zredukováno do 10, které byly následně pojmenovány.

Jako klíčový problém při volbě vysoké školy bylo zjištěno, že se podle studentů jedná o životně důležité rozhodnutí. Největší vliv na jejich volbu mají podle výsledků analýzy absolventi dané školy. Mezi nejdůležitější informační zdroj o vysokých školách patří webové stránky vysoké školy. Podstatným faktorem pro dotazované byla zajímavost studia, která se umístila absolutně nejlépe. Dalším prvkem, na základě kterého se studenti rozhodují, bylo uplatnění v oboru. Jako finanční zdroj vyšli nejčastěji rodiče. A v případě chování po absolvování vysoké školy, byly odpovědi téměř totožné. Studenti doporučí vysokou školu svým známým a navíc jim při rozhodování pomohou.

Návrhy a doporučení byly rozděleny do dvou menších kapitol, které byly následně rozepsány a navrhnuty různé způsoby zlepšení, které mohou vysoké školy využít, aby získaly nové studenty. Na konci kapitoly byly shrnuty celkové výsledky analýzy a doporučeny různé varianty, jenž usnadní studentům rozhodování a výběr vysoké školy.

8 Seznam použité literatury

8.1 Odborná literatura

BÁRTOVÁ, H., V. BÁRTA a J. KOUDELKA. Spotřebitel: chování spotřebitele a jeho výzkum. Praha: Oeconomica, 2007. 254 s. ISBN 978-80-245-1275-4.

HAYES, Nicky. Základy sociální psychologie. Praha: Portál, 1998. Studium (Portál). 168 s. ISBN 80-7178-198-3.

HES, Aleš. Chování spotřebitele při nákupu potravin. Praha: Alfa, 2008. 156 s. ISBN 978-80-87197-20-2.

HOYER, Wayne D, Deborah J MACINNIS a Rik PIETERS. Consumer behavior. 6th ed. Mason, OH: South Western Cengage Learning, 2013. 560s. ISBN 978-1-133-43521-1.

KOUDELKA, Jan. Spotřebitelé a marketing. Praha: C.H. Beck, 2018. Beckova edice ekonomie. 254 s. ISBN 978-80-7400-693-7.

SCHIFFMAN, G. Leon a Leslie L. KANUK. Nákupní chování. Přel. V. Jungmann. Brno: Computer Press, 2004. 633 s. ISBN 80-251-0094-4.

SOLOMON, Michael R. Consumer Behavior: Buying, Having, and Being. 10th ed. Boston: Prentice Hall, 2012. 640 p. ISBN 978-0132671842.

SVĚTLÍK, Jaroslav. Marketing školy. Zlín: EKKA, 1996. 382s. ISBN 80-902200-8-8.

VYSEKALOVÁ, Jitka et al. Chování zákazníka: jak odkrýt tajemství “černé skříňky“. Praha: Grada, 2011. 356 s. ISBN 978-80-247-3528-3.

VYSEKALOVÁ, Jitka. Psychologie spotřebitele: jak zákazníci nakupují. Praha: Grada, 2004. 283 s. ISBN 80-247-0393-9.

8.2 Odborné články

COOPER, J. a K.M. CARLSMITH. Cognitive Dissonance. Elsevier, 2001, 2112-2114. DOI: 10.1016/B0-08-043076-7/01802-7. ISBN 9780080430768. Dostupné také z: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/B0080430767018027>

SCHAEFER, Renata, Janeen OLSEN a Liz THACH. Exploratory wine consumer behavior in a transitional market: The case of Poland. Wine Economics and Policy [online]. 2018, 7(1), 54-

64 [cit. 2018-08-28]. DOI: 10.1016/j.wep.2018.01.003. ISSN 22129774. Dostupné z: <https://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S2212977418300036>

8.3 Elektronické zdroje

Celoživotní vzdělávání. *Vysokéškoly.cz* [online]. 2019 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://www.vysokeskoly.cz/akademicky-slovník/heslo/celozivotni-vzdelavani-2>

CSVŠ [online]. 2018 [cit. 2019-02-13]. Dostupné z: <https://www.csvs.cz/>

Česká republika: Česká-republika: Terciární vzdělávání. *Eurydice* [online]. 2019 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: https://eacea.ec.europa.eu/national-policies/eurydice/content/higher-education-21_cs

Česká republika od roku 1989 v číslech - 2017: Vzdělávání a kultura. Český statistický úřad [online]. 2018 [cit. 2019-01-18]. Dostupné z: https://www.czso.cz/documents/10180/61508910/32018118_1203.pdf/4e712946-0b65-40e1-84a5-913811d32c1f?version=1.0

DOLEJŠOVÁ, Kristýna. Vysokoškoláci, jaké peníze můžete v průběhu studia získat?. *Studenta* [online]. 2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://www.studenta.cz/vysokoskolaci-jake-penize-muzete-vprubehu-studia-ziskat/r~st:article:3324/>

Erasmus+: Studium v zahraničí. *Evropská komise* [online]. 2019 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: https://ec.europa.eu/programmes/erasmus-plus/opportunities/individuals/students/studying-abroad_cs

Fáze rozhodovacího procesu. *Ekonomika: Vše co student potřebuje vědět* [online]. 2018 [cit. 2018-08-28]. Dostupné z: <http://ekonomika-otazky.studentske.cz/2009/02/faze-rozhodovaciho-procesu.html>

KOUDELKA, Z. Vysokoškolská samospráva. In *Dny práva – 2008 – Days of Law*. Brno : Tribun EU, Masarykova univerzita, 2008. s. 1495 – 1499.

KUDROVÁ, Veronika a Jiří SMRČKA. *Základy práva vysokých škol* [online]. 2013 [cit. 2019-01-31]. Dostupné z: https://is.muni.cz/do/rect/el/estud/praf/ps13/pravo_vs/web/04.html. Právnická fakulta Masarykovy univerzity.

Nejlepší univerzity v České republice podle oboru. *Vysoké školy.cz* [online]. 2019 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: <https://www.vysokeskoly.cz/clanek/nejlepsi-univerzity-v-ceske-republice-podle-oboru>

Priority, motivace a kvalita uchazečů o studium na VŠ. Scio: *Moderní vzdělávání nejen ve škole! Pomáháme vzdělávání dětí...* [online]. 2018 [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://scio.cz/o-vzdelavani/analyzy-a-studie-spolecnosti-scio/priority-motivace-uchazeci-VS.asp>

PŘEHLED VYSOKÝCH ŠKOL V ČR. MŠMT: *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy* [online]. © 2013 – 2019 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/prehled-vysokych-skol-v-cr-3>

RŮŽIČKA, Pavel. Jak získat prospěchové nebo mimořádné stipendium? Podívejte se. *StudentMag* [online]. 2017 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://www.studentmag.cz/jak-ziskat-prospechove-nebo-mimoradne-stipendium-podivejte-se/>

Sociální stipendium. MŠMT: *Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy* [online]. 2019 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <http://www.msmt.cz/vzdelavani/vysoke-skolstvi/socialni-stipendium-1>

Srov. PILNÝ, J. in PEKOVÁ, J., PILNÝ, J., JETMAR, M. *Veřejná správa a finance veřejného sektoru*. Praha: ASPI, a.s., 2005. s. 270 – 276.

Stipendia v České republice. *Studentskéfinance.cz: Víme, co vám ve škole neřeknou* [online]. 2016 [cit. 2019-02-12]. Dostupné z: <https://student.finance.cz/stipendium-skolne/stipendia-cr/>

Zákon č. 111/1998 Sb.: Zákon o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách). *Zákony pro lidi.cz* [online]. ©2010-2019 [cit. 2019-01-30]. Dostupné z: <https://www.zakonyprolidi.cz/cs/1998-111>

8.4 Ostatní zdroje

Zákon č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách). In: *Sbírka zákonů Česká republika*. 1998. Břeclav: Moraviapress. ISSN 1211-1244.

Seznam zkratek

Aj. – a jiné

Apod. – a podobně

Atp. – a tak podobně

Cit. - citováno

CSVŠ – Centrum pro studium vysokého školství

Č. - číslo

ČSÚ – Český statistický úřad

ČR – Česká republika

EU – Evropská unie

FO – fyzická osoba

MS - Microsoft

MŠMT – Ministerstvo školství, mládeže a tělovýchovy

Např. - například

Obr. - obrázek

PO – právnická osoba

Popř. – popřípadě

S. – strana

V.v.i. – veřejná výzkumná instituce

WoM - Word of Mouth (slovo z úst)

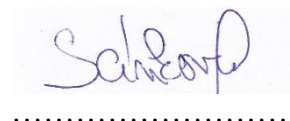
ISCED – International Standard Classification of Education

Prohlášení o využití výsledků

Prohlašuji, že

- jsem byla seznámena s tím, že na mou diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. – autorský zákon, zejména § 35 – užití díla v rámci občanských a náboženských obřadů, v rámci školních představení a užití díla školního a § 60 – školní dílo;
- beru na vědomí, že Vysoká škola báňská – Technická univerzita Ostrava (dále jen VŠB-TUO) má právo nevýdělečně, ke své vnitřní potřebě, diplomovou práci užít (§ 35 odst. 3);
- souhlasím s tím, že diplomová práce bude v elektronické podobě archivována v Ústřední knihovně VŠB-TUO. Souhlasím s tím, že bibliografické údaje o diplomové práci budou zveřejněny v informačním systému VŠB-TUO; - bylo sjednáno, že s VŠB-TUO, v případě zájmu z její strany, uzavřu licenční smlouvu s oprávněním užít dílo v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- bylo sjednáno, že užít své dílo, diplomovou práci, nebo poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠB-TUO, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly VŠB-TUO na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše).

V Ostravě dne 16. dubna 2019



.....
Bc. Michaela Sánková

Seznam příloh

Příloha č. 1: Dotazník

Příloha č. 2: Průměry jednotlivých tvrzení

Příloha č. 3: Grafy třídění prvního stupně

Příloha č. 4: Test normality

Příloha č. 5: Korelace

Příloha č. 6: Hodnota Eigenvalues

Příloha č. 7: Rotovaná matice

Přílohy

Příloha č. 1: Dotazník

Analýza rozhodovacího procesu

Vážení studenti,

jsem studentka pátého ročníku Ekonomické fakulty na Vysoké škole báňské, obor Marketing a obchod. Ráda bych Vás poprosila o vyplnění mého krátkého dotazníku, který slouží k mé diplomové práci.

Jedná se o téma „*Analýza rozhodovacího procesu středoškolských studentů při výběru vysoké školy*“. Dotazník je zcela anonymní a veškerá data budou použita pouze pro potřeby mého výzkumu.

Vždy je jen jedna možná odpověď, není – li u otázky uvedeno jinak.

Předem děkuji za Vaši spolupráci a čas, který věnujete vyplnění mého dotazníku.

Bc. Michaela Sáňková

1. Chcete jít po střední škole na vysokou školu?

- a. Ano
- b. Ne (pokračujte na otázku číslo 33)
- c. Ještě nevím

2. Máte už vybranou vysokou školu?

- a. Ano
- b. Ne

Zakroužkujte, prosím, jak s daným tvrzením souhlasíte na pětibodové škále, kde **1 = zcela souhlasím, 5 = zcela nesouhlasím**

3. Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

4. Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročně.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

5. Vybrat si vysokou školu považuji za důležité životní rozhodnutí.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

6. Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---

- | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| 7. Vybírám si vysokou školu podle znalosti a dovednosti, které mi nabízí. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 8. Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 9. Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 10. Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 11. Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 12. Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 13. Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 14. Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 15. Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 16. Informace o vysokých školách hledám na různých stránkách zabývající se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě). | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 17. Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 18. Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 19. Je pro mě důležitá pověst a image školy. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 20. Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 21. Kritérium pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 22. Vysokou školu hodnotím podle její historie. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 23. Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 24. Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 25. Vybírám si vysokou školu podle umístění. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 26. Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 27. Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |

28. Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
29. Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
30. Vysokou školu financuji ze svých uspořených peněz.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
31. Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
32. Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým.

1	2	3	4	5
---	---	---	---	---
-

33. Vaše pohlaví?
- a. Muž
 - b. Žena
34. Jakou střední školu studujete?
- a. Gymnázium
 - b. Obchodní akademie
 - c. Jinou
35. Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Vaše matka?
- a. Základní
 - b. Vyučena
 - c. Středoškolské s maturitou
 - d. Vysokoškolské
36. Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Váš otec?
- a. Základní
 - b. Vyučen
 - c. Středoškolské s maturitou
 - d. Vysokoškolské
37. Máte staršího sourozence?
- a. Ano (Pokračujte na otázku číslo 38)
 - b. Ne
38. Studuje/studoval Váš starší sourozenec vysokou školu?
- a. Ano
 - b. Ne
39. Jaké je Vaše místo bydliště?
- a. Vesnice
 - b. Městská část
 - c. Centrum města

Děkuji za Váš čas.

Zdroj: vlastní zpracování

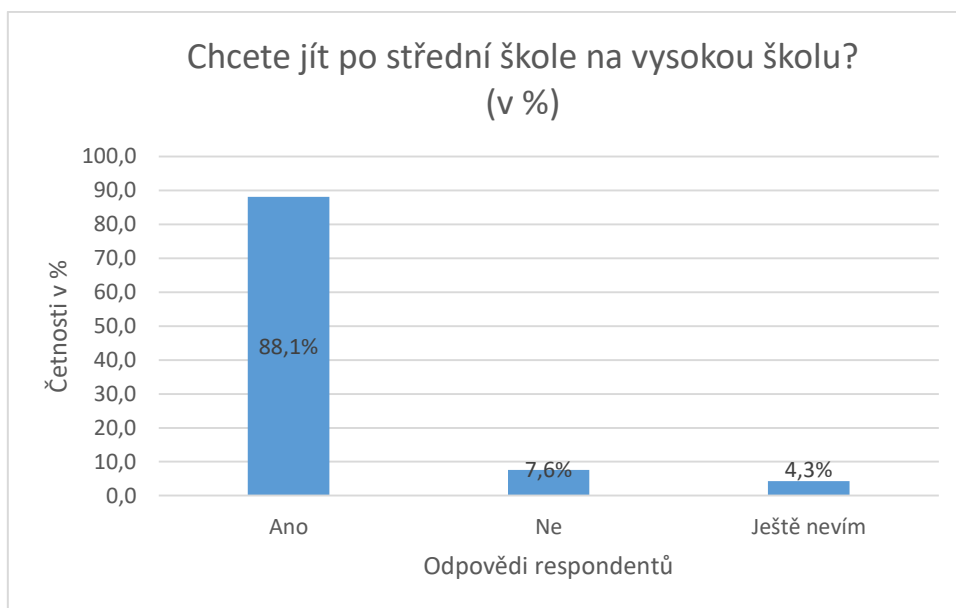
Příloha č. 2: Průměry jednotlivých tvrzení

[illegible]

Obrázek 1: Průměry jednotlivých tvrzení

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 3: Grafy třídění prvního stupně



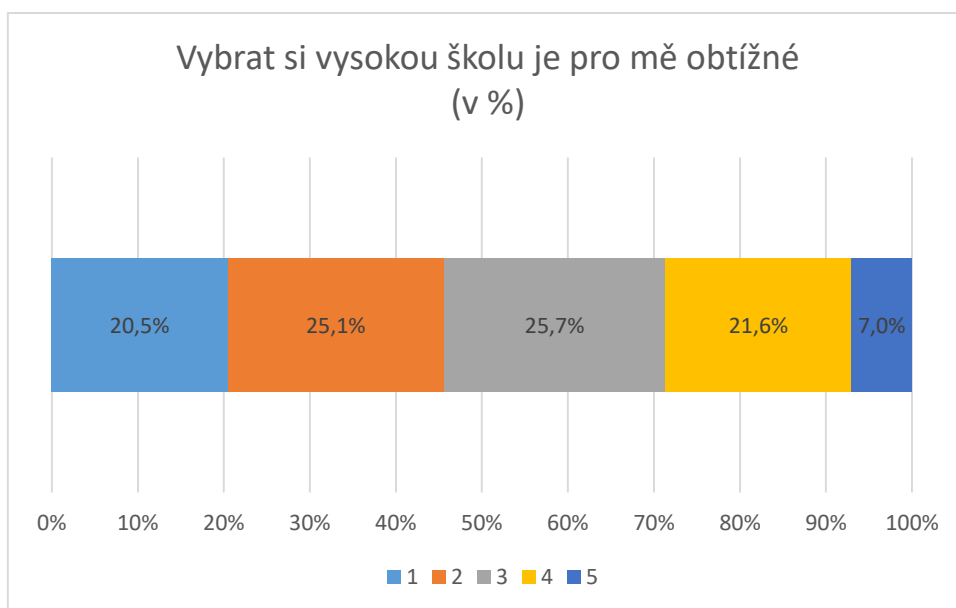
Graf 1: Chcete jít po střední škole na vysokou školu?

Zdroj: vlastní zpracování



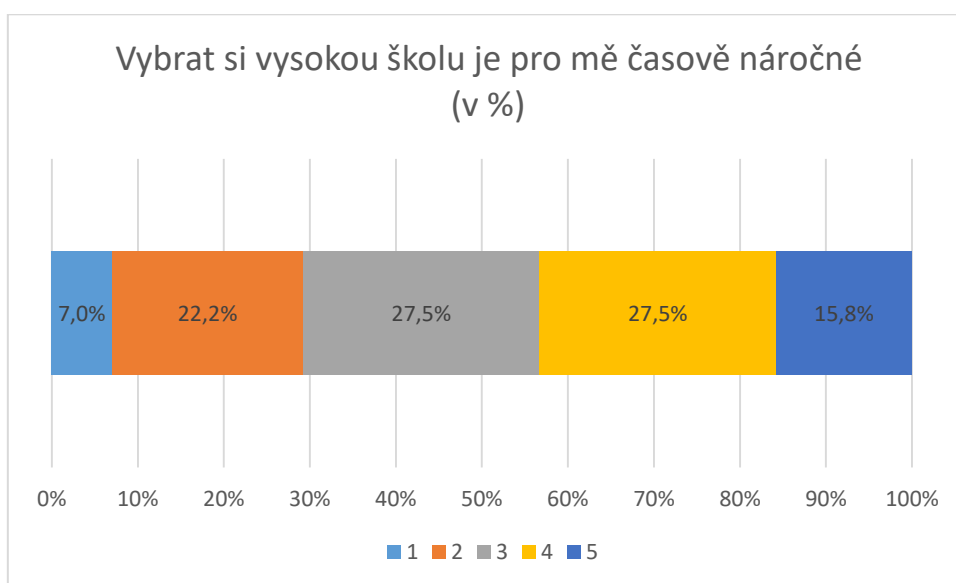
Graf 2: Máte už vybranou vysokou školu?

Zdroj: vlastní zpracování



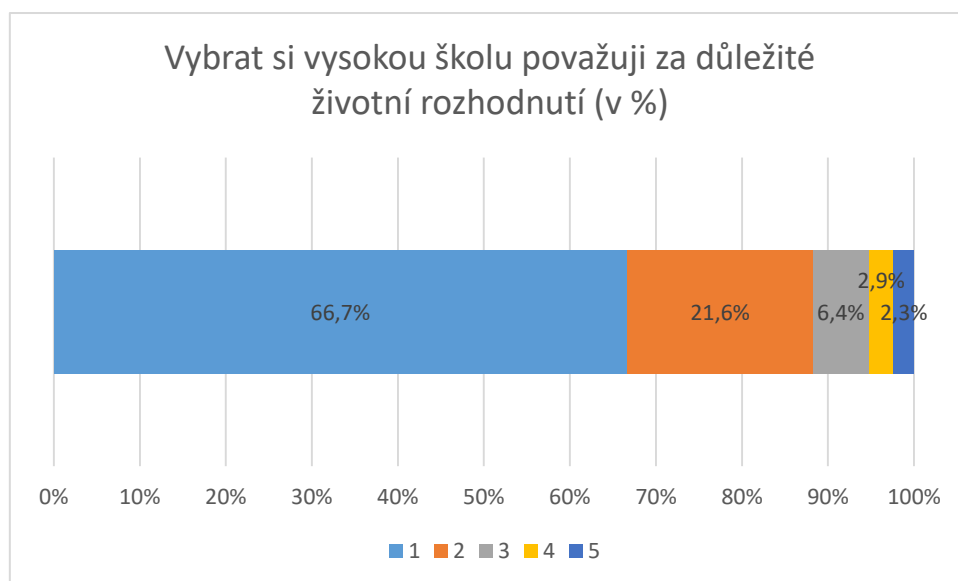
Graf 3: Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné

Zdroj: vlastní zpracování



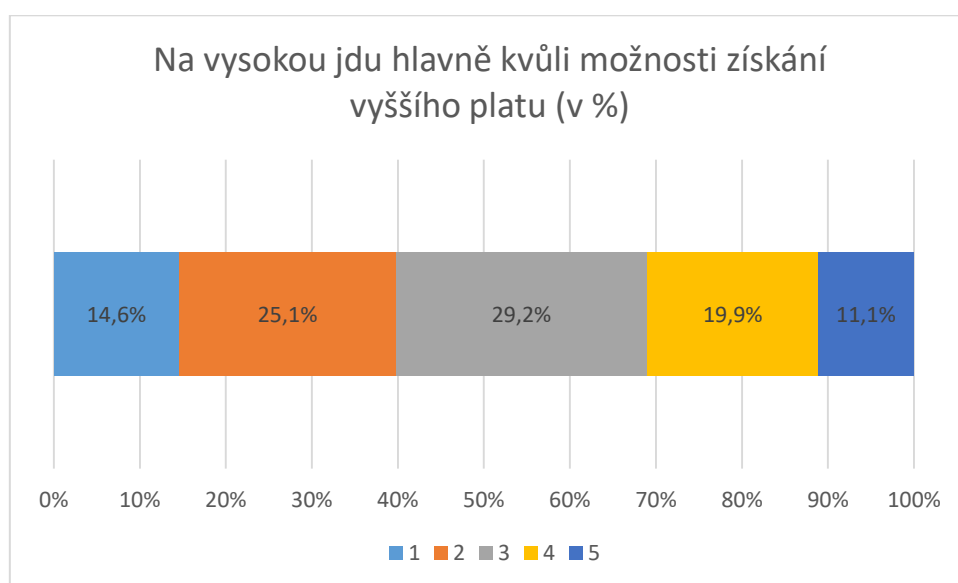
Graf 4: Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné

Zdroj: vlastní zpracování



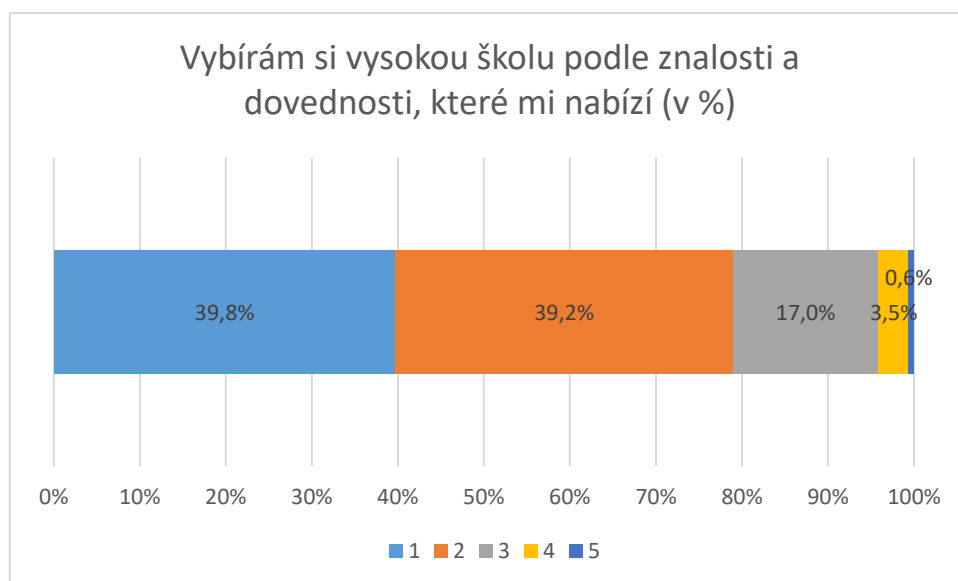
Graf 5: Vybrat si vysokou školu považují za důležité životní rozhodnutí

Zdroj: vlastní zpracování



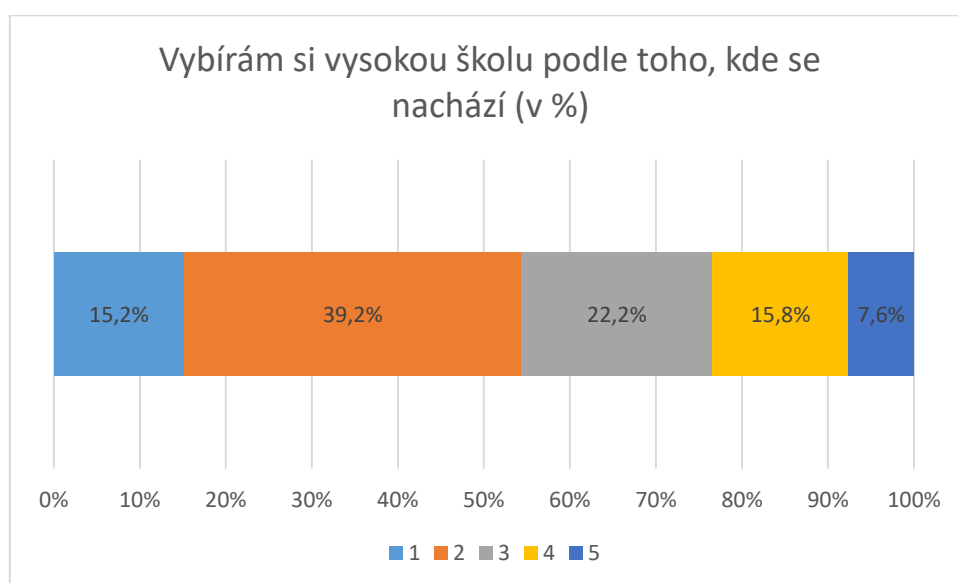
Graf 6: Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu

Zdroj: vlastní zpracování



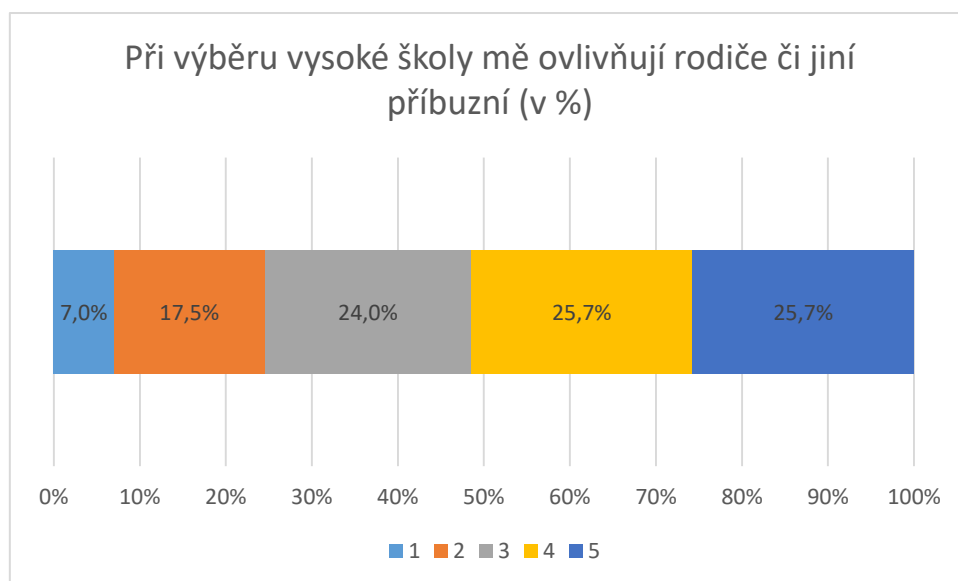
Graf 7: Vybírám si vysokou školu podle znalosti a dovednosti, které mi nabízí

Zdroj: vlastní zpracování



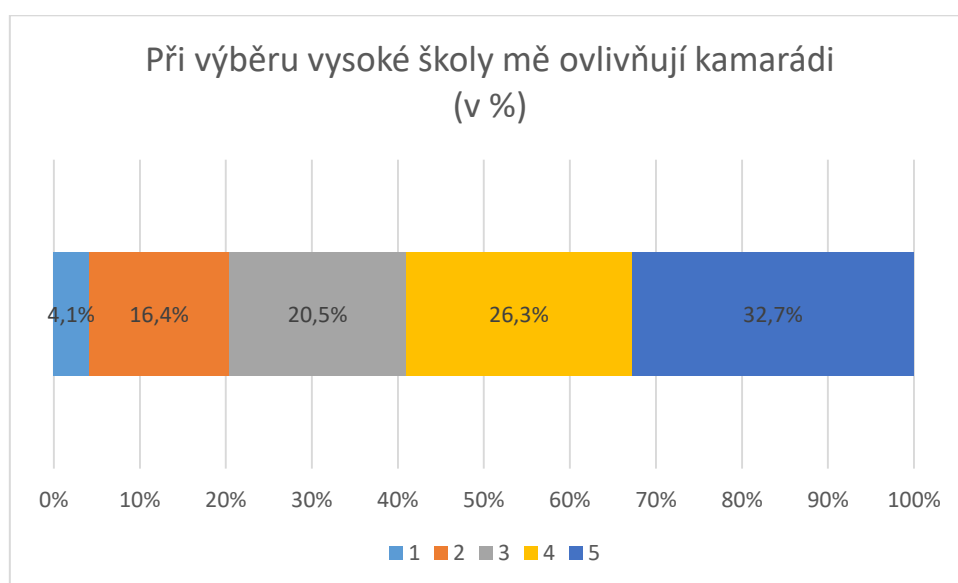
Graf 8: Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází

Zdroj: vlastní zpracování



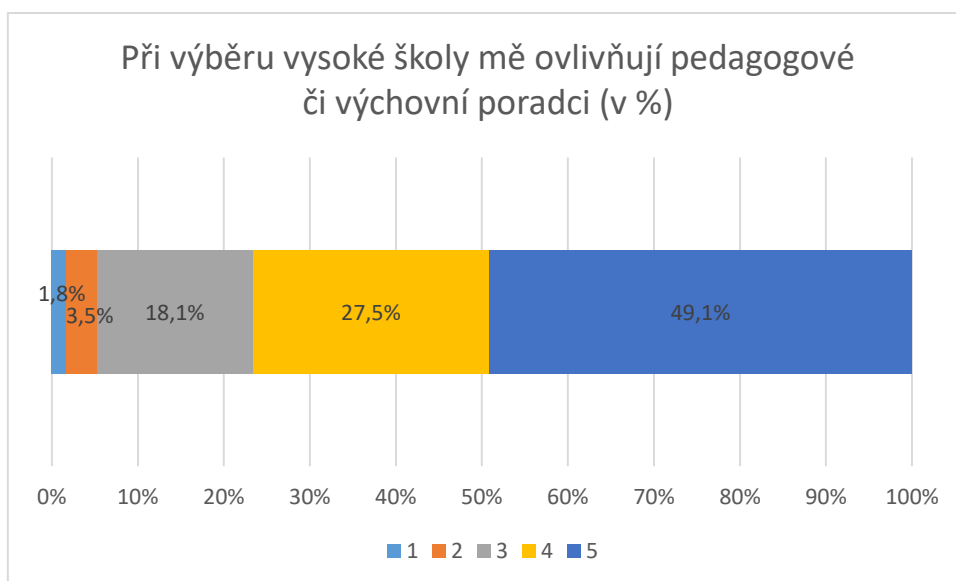
Graf 9: Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní

Zdroj: vlastní zpracování



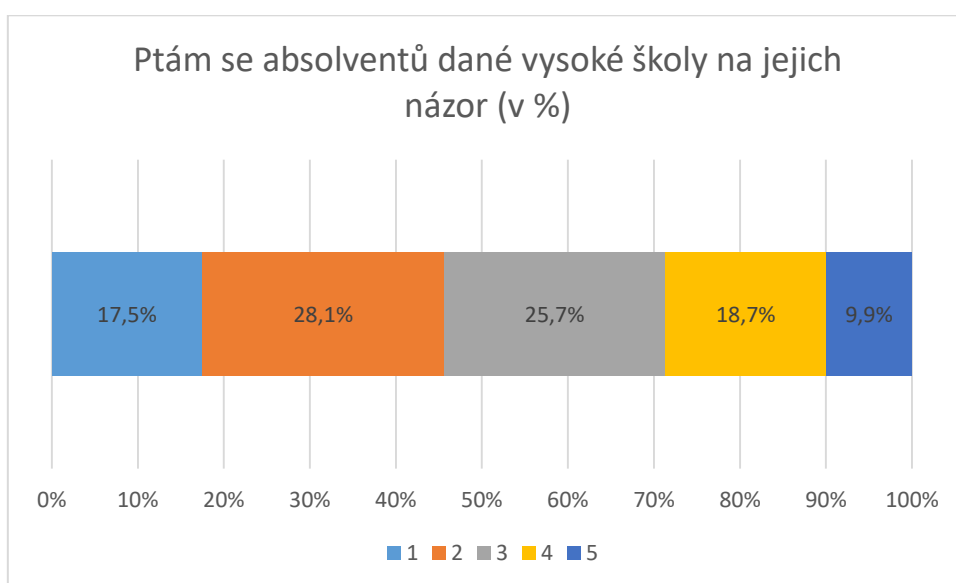
Graf 10: Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi

Zdroj: vlastní zpracování



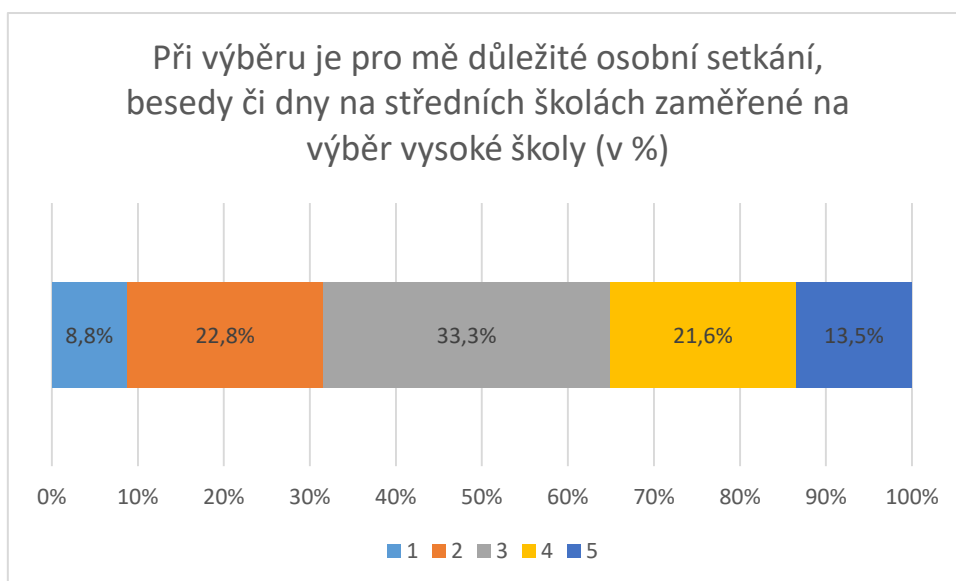
Graf 11: Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci

Zdroj: vlastní zpracování



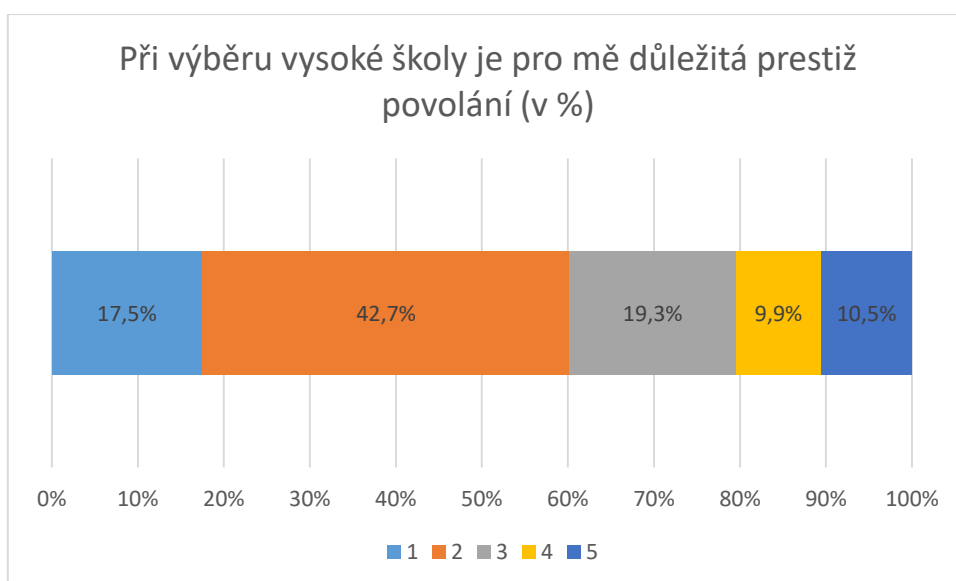
Graf 12: Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor

Zdroj: vlastní zpracování



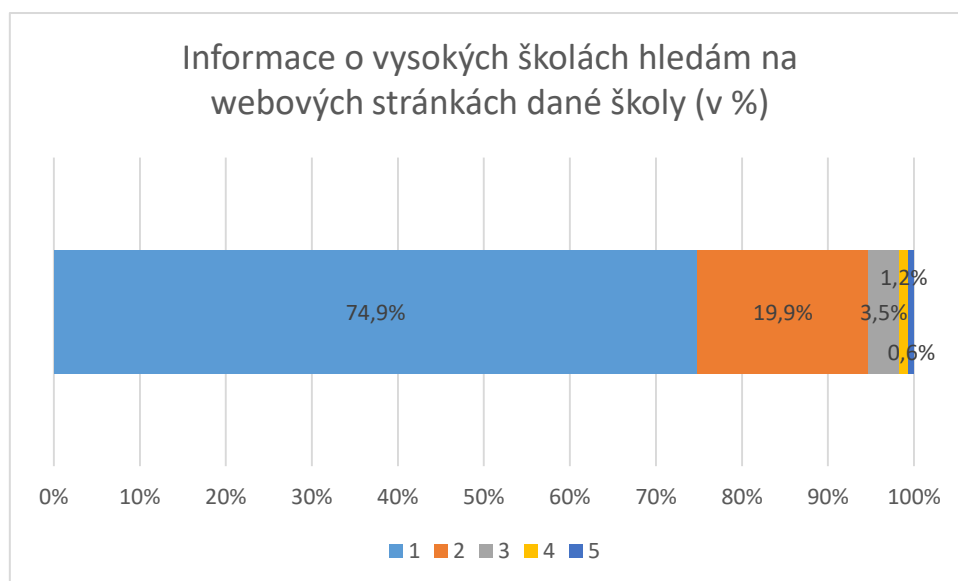
Graf 13: Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy

Zdroj: vlastní zpracování



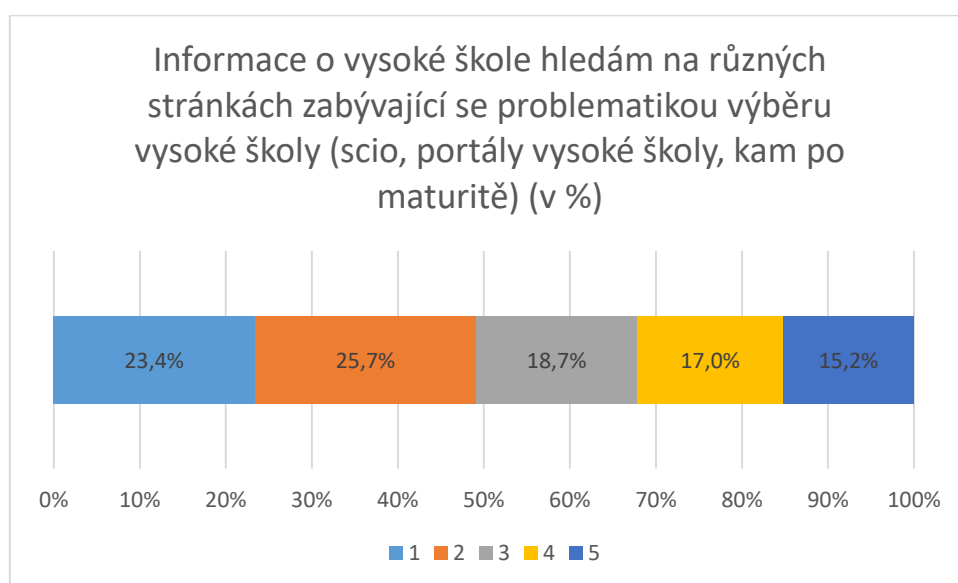
Graf 14: Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání

Zdroj: vlastní zpracování



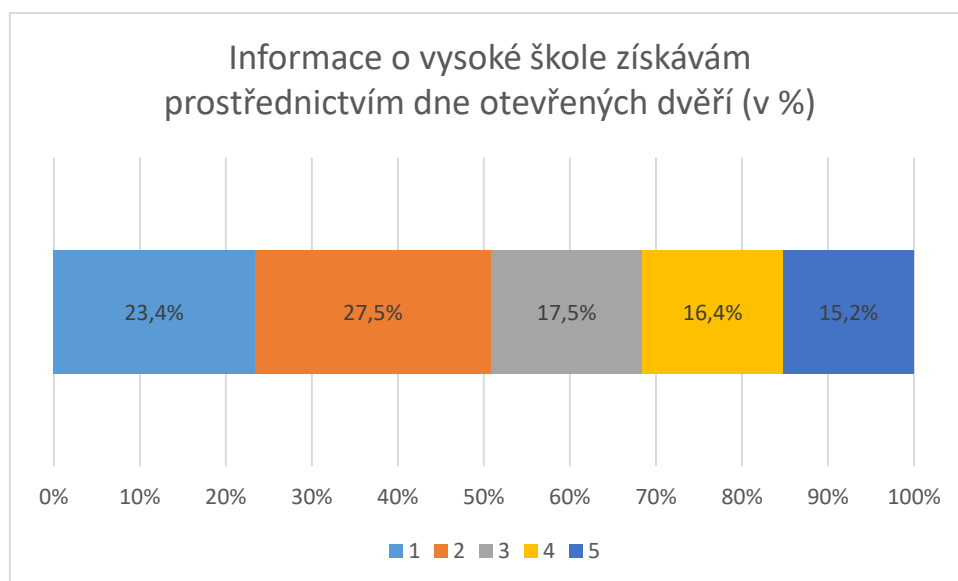
Graf 15: Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy

Zdroj: vlastní zpracování



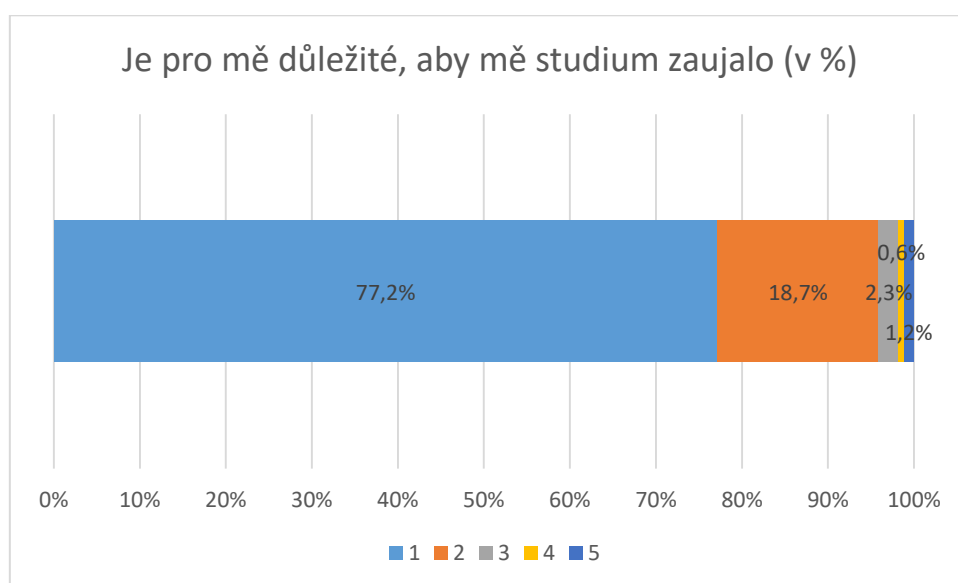
Graf 16: Informace o vysoké škole hledám na různých stránkách zabývajících se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě)

Zdroj: vlastní zpracování



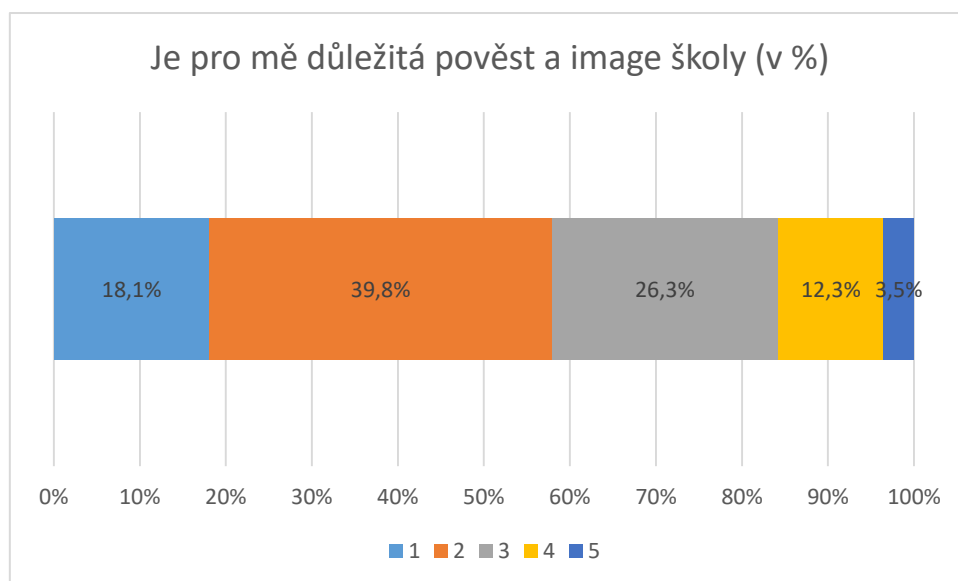
Graf 17: Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří

Zdroj: vlastní zpracování



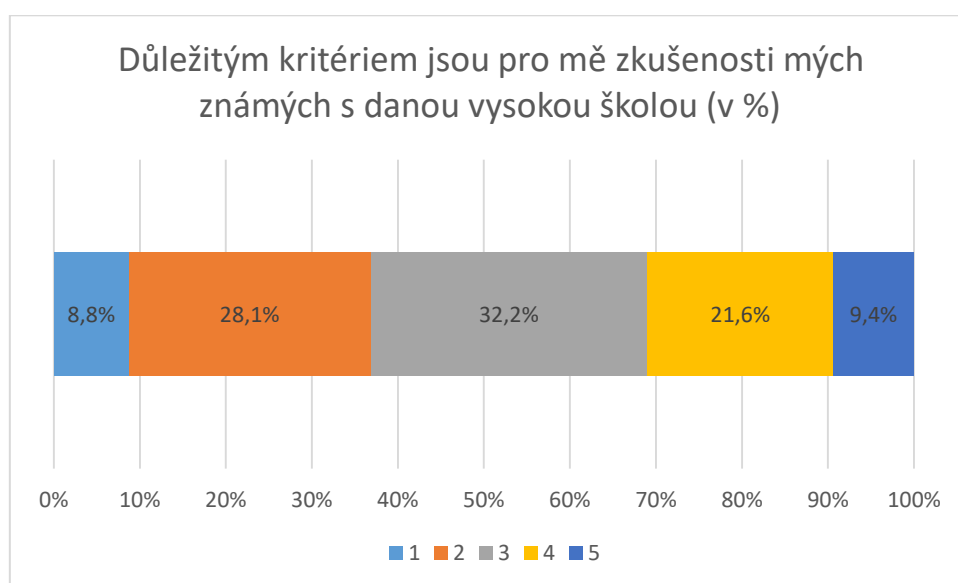
Graf 18: Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo

Zdroj: vlastní zpracování



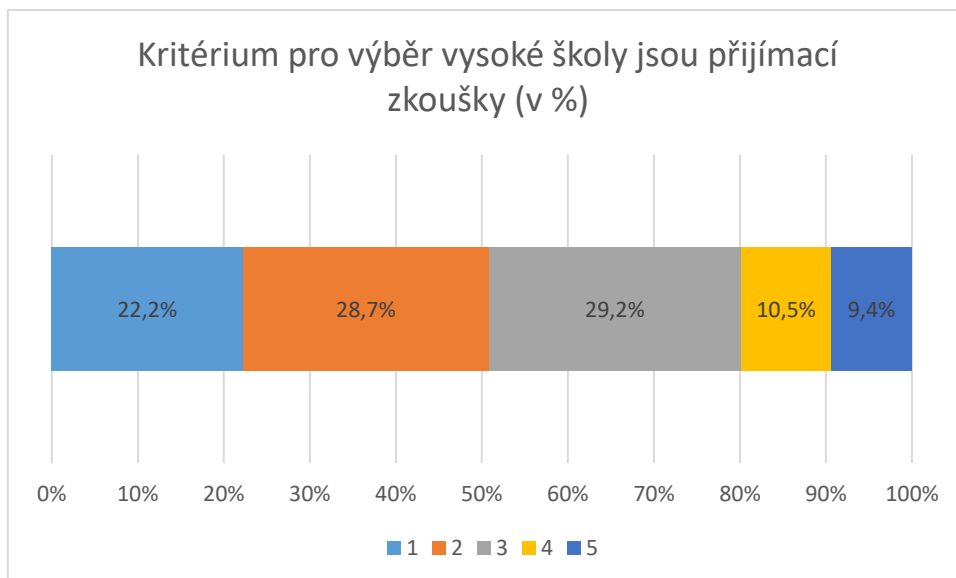
Graf 19: Je pro mě důležitá pověst a image školy

Zdroj: vlastní zpracování



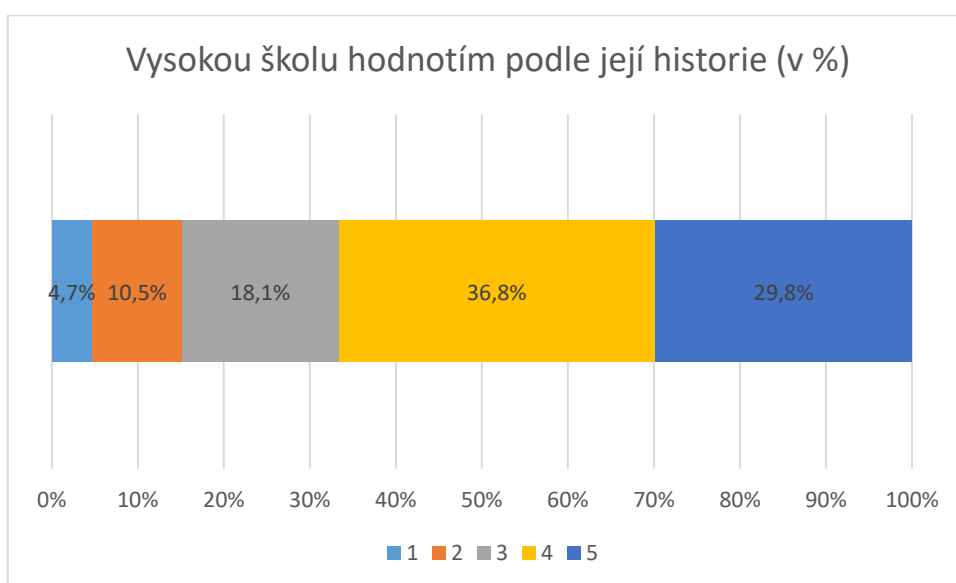
Graf 20: Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou

Zdroj: vlastní zpracování



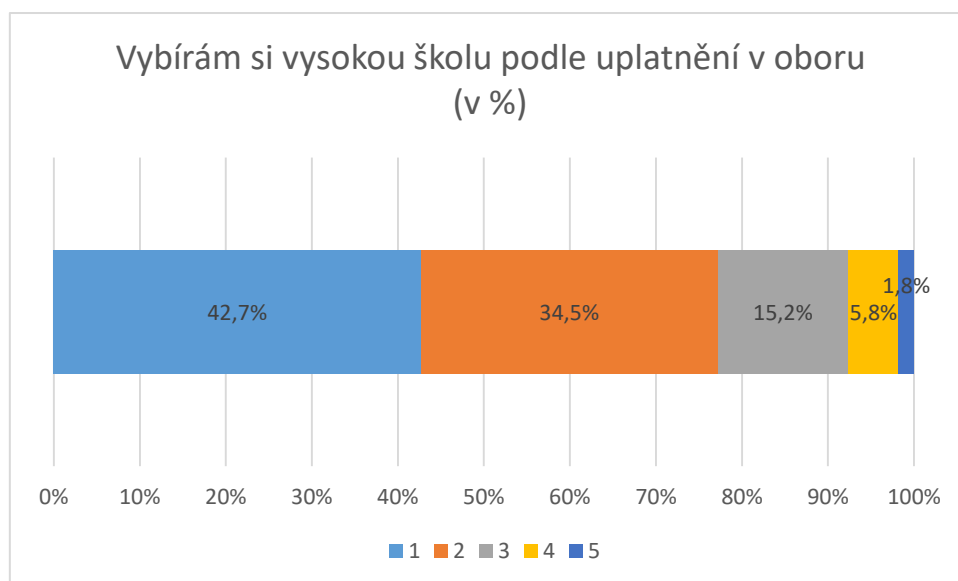
Graf 21: Kritérium pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky

Zdroj: vlastní zpracování



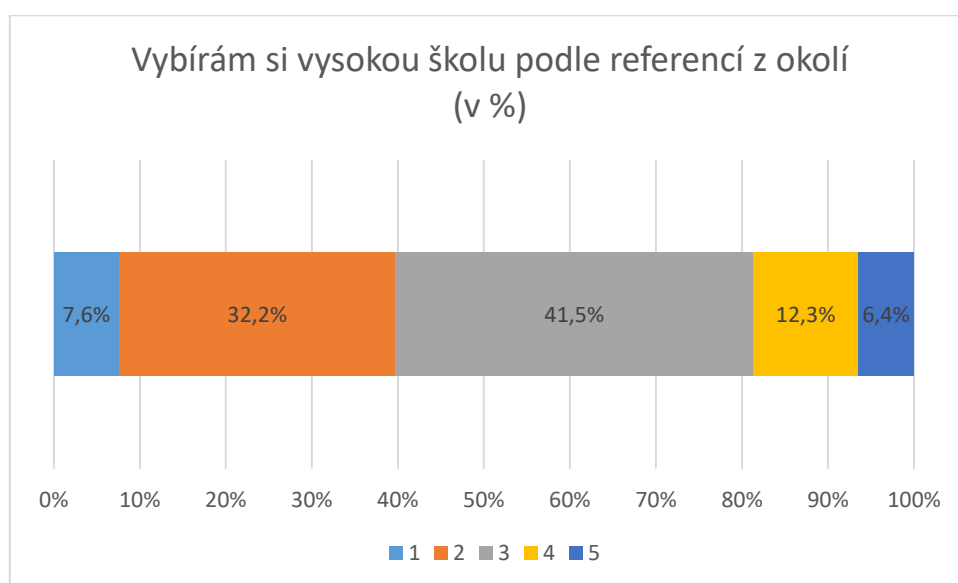
Graf 22: Vysokou školu hodnotím podle její historie

Zdroj: vlastní zpracování



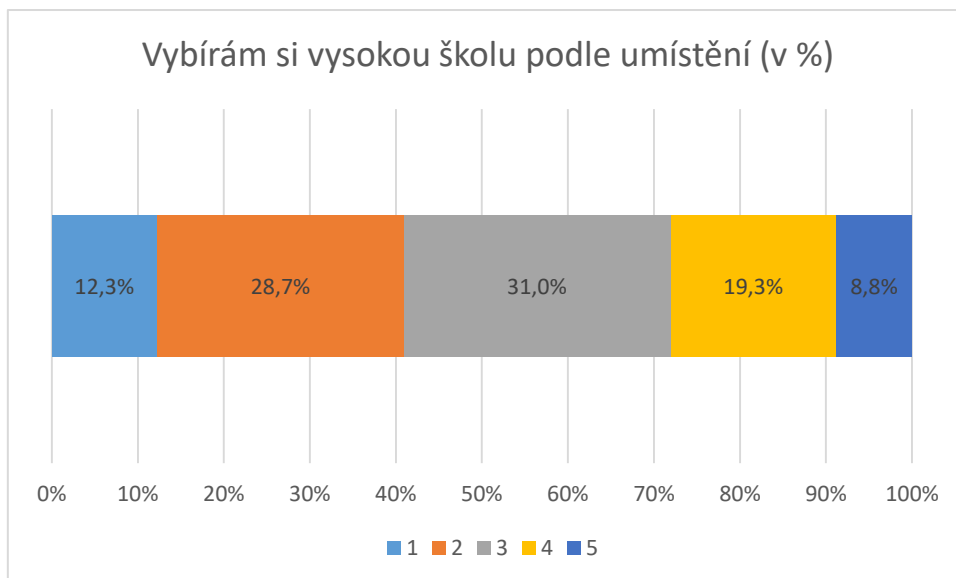
Graf 23: Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru

Zdroj: vlastní zpracování



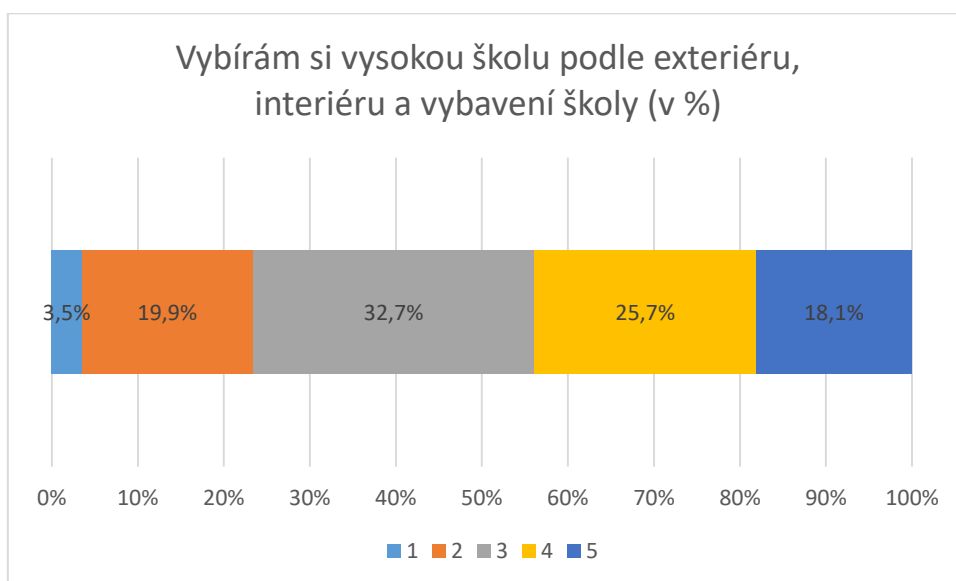
Graf 24: Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí

Zdroj: vlastní zpracování



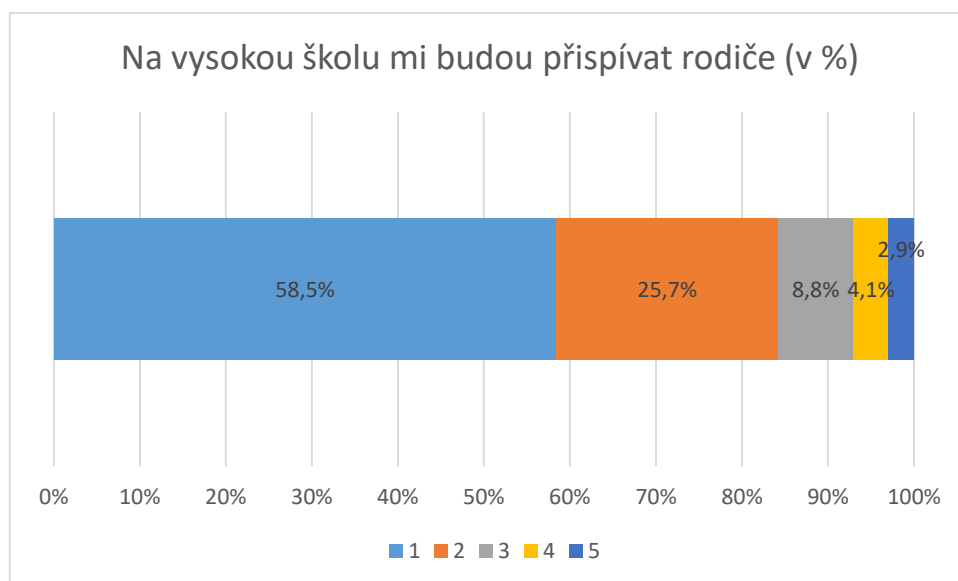
Graf 25: Vybírám si vysokou školu podle umístění

Zdroj: vlastní zpracování



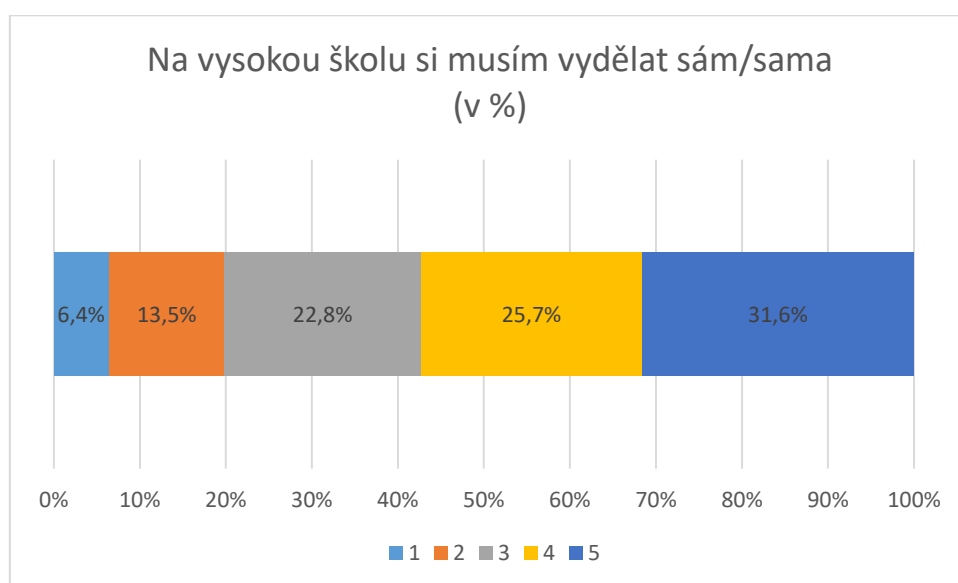
Graf 26: Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy

Zdroj: vlastní zpracování



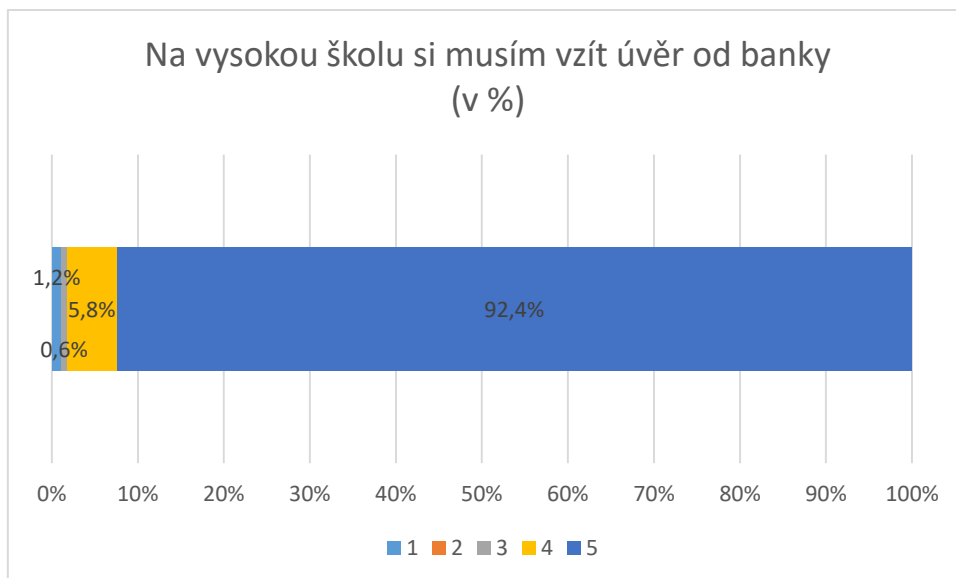
Graf 27: Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče

Zdroj: vlastní zpracování



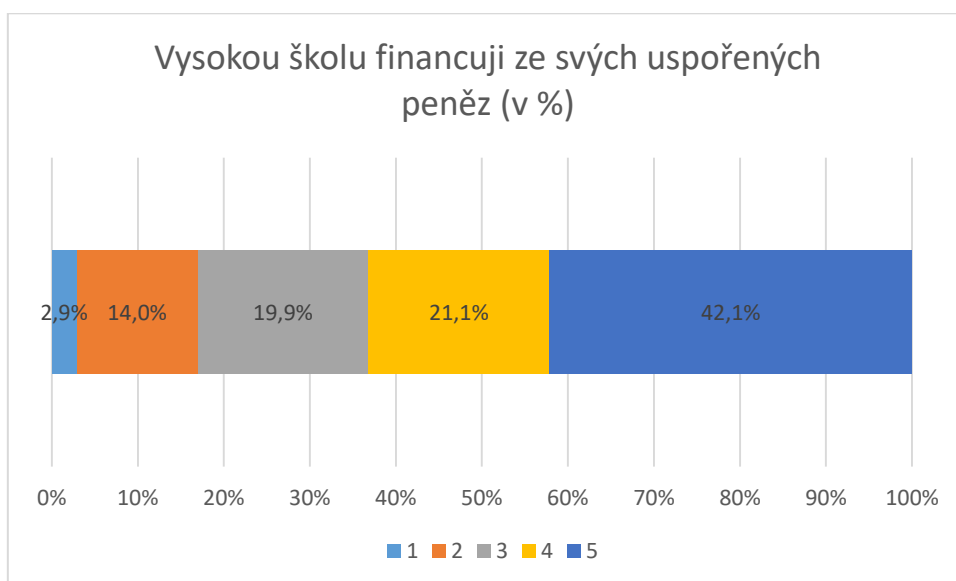
Graf 28: Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama

Zdroj: vlastní zpracování



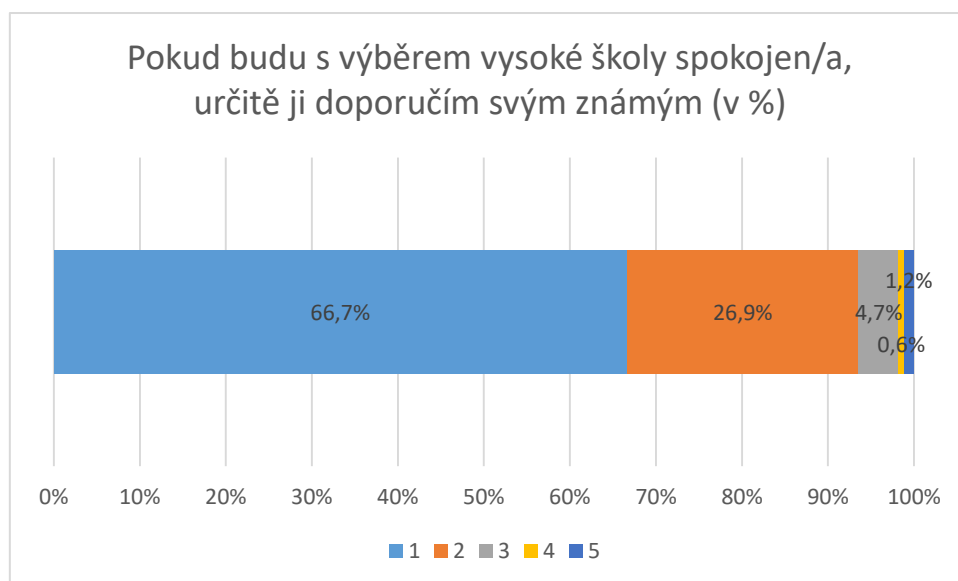
Graf 29: Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky

Zdroj: vlastní zpracování



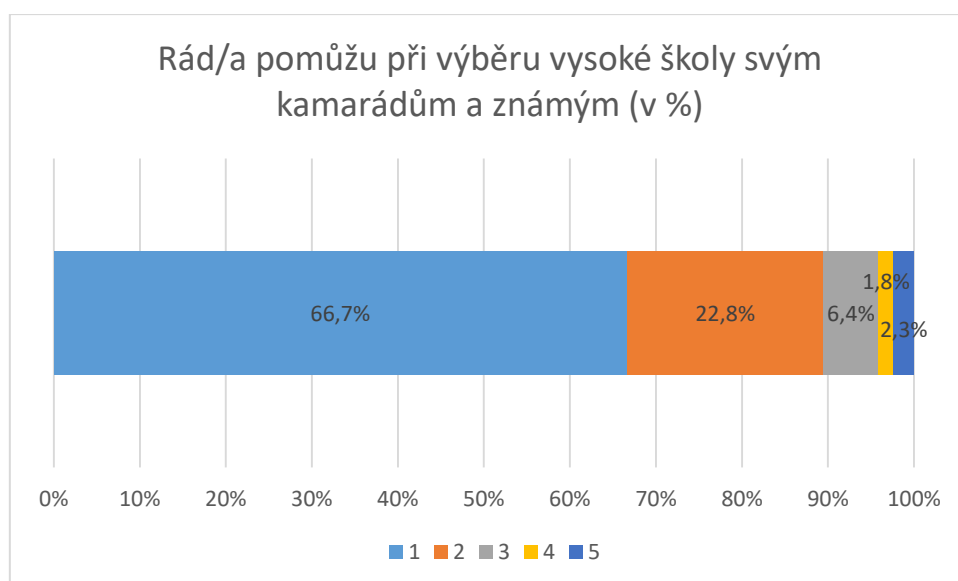
Graf 30: Vysokou školu financuji ze svých uspořených peněz

Zdroj: vlastní zpracování



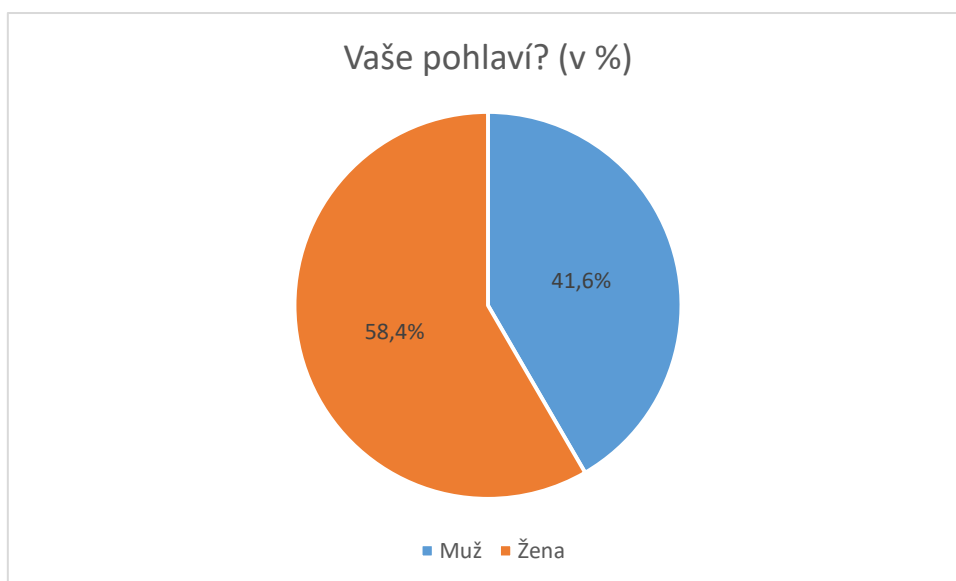
Graf 31: Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým

Zdroj: vlastní zpracování



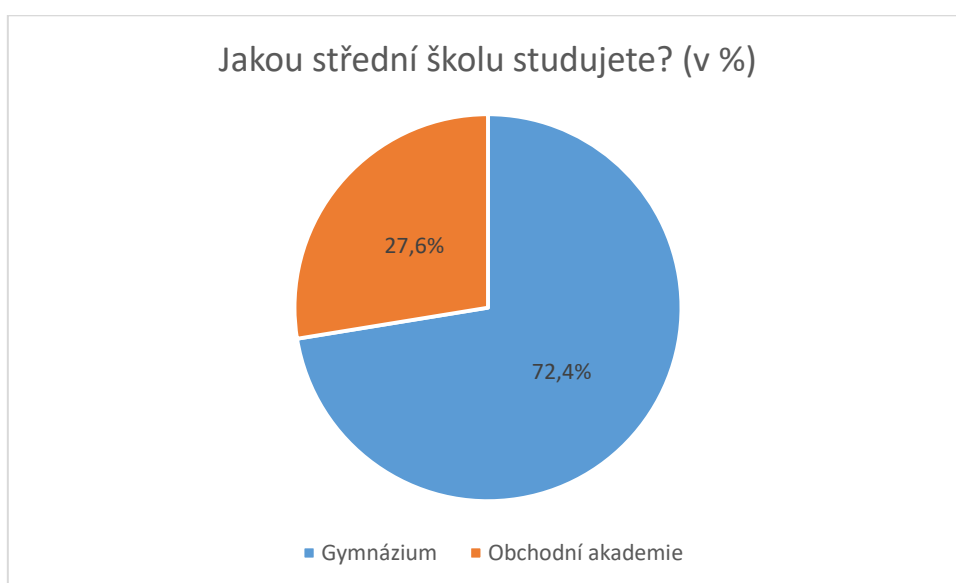
Graf 32: Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým

Zdroj: vlastní zpracování



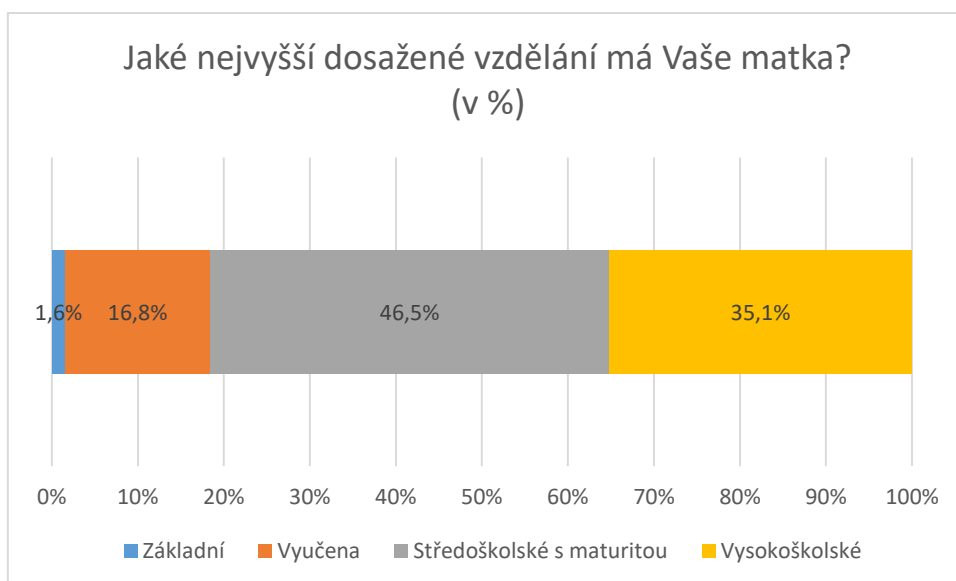
Graf 33: Vaše pohlaví?

Zdroj: vlastní zpracování



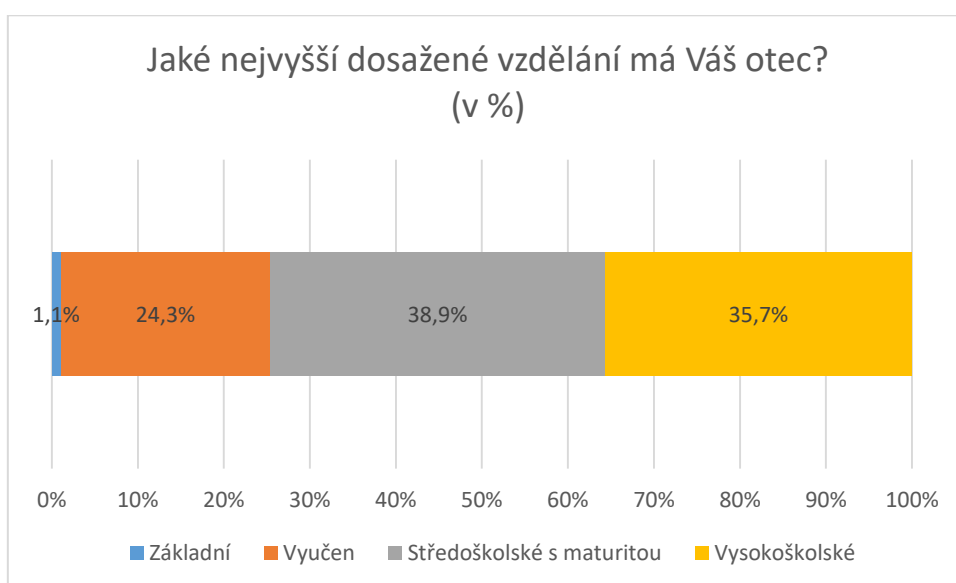
Graf 34: Jakou střední školu studujete?

Zdroj: vlastní zpracování



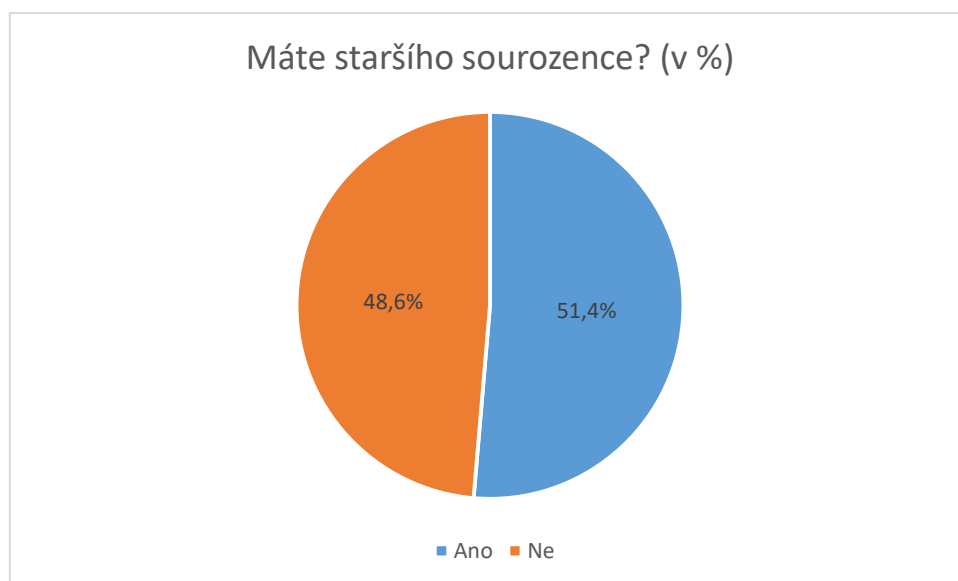
Graf 35: Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Vaše matka?

Zdroj: vlastní zpracování



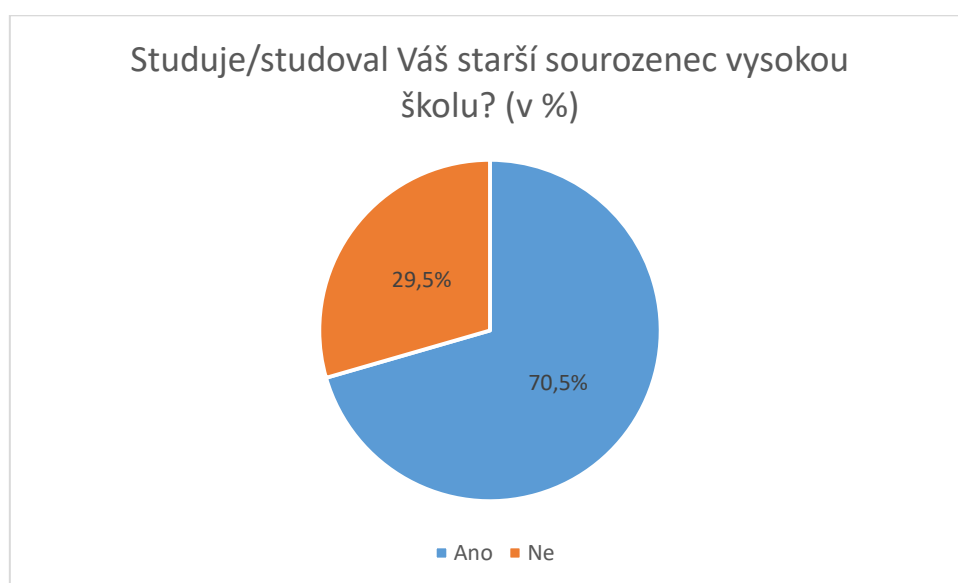
Graf 36: Jaké nejvyšší dosažené vzdělání má Váš otec?

Zdroj: vlastní zpracování



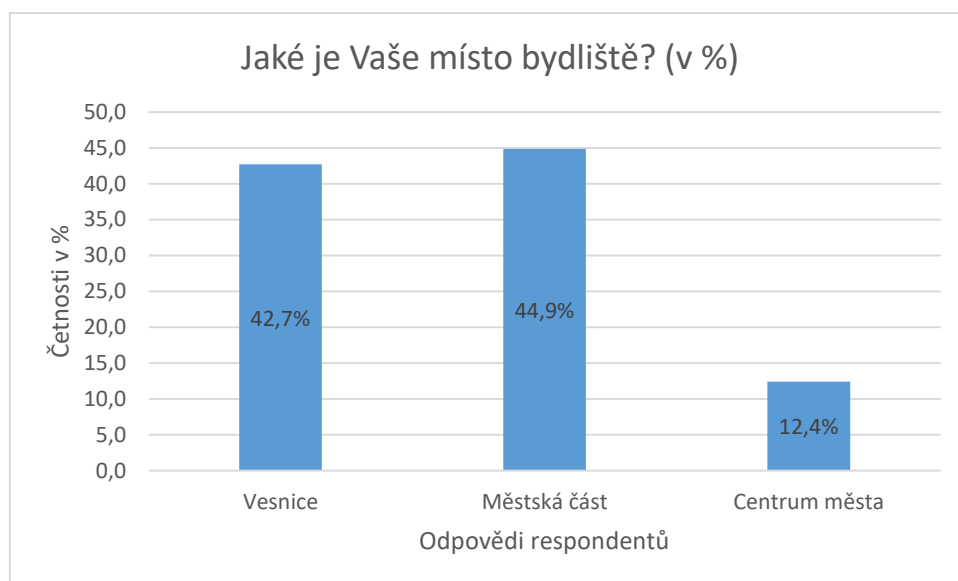
Graf 37: Máte staršího sourozence?

Zdroj: vlastní zpracování



Graf 38: Studuje/studoval Váš starší sourozenec vysokou školu?

Zdroj: vlastní zpracování



Graf 39: Jaké je Vaše místo bydliště?

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 4: Test normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné	,172	171	,000	,905	171	,000
Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné	,178	171	,000	,912	171	,000
Vybrat si vysokou školu považuji za důležité životní rozhodnutí	,384	171	,000	,627	171	,000
Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu.	,163	171	,000	,914	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle znalostí a dovedností, které mi nabízí.	,238	171	,000	,820	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází	,247	171	,000	,890	171	,000
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní.	,184	171	,000	,893	171	,000
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi.	,198	171	,000	,868	171	,000
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci.	,290	171	,000	,784	171	,000
Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor.	,186	171	,000	,908	171	,000
Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy.	,177	171	,000	,915	171	,000
Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání.	,274	171	,000	,861	171	,000
Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy.	,439	171	,000	,550	171	,000
Informace o vysoké škole hledám na různých stránkách zabývajících se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě).	,197	171	,000	,884	171	,000
Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří.	,208	171	,000	,881	171	,000
Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo.	,447	171	,000	,500	171	,000
Je pro mě důležitá pověst a image školy.	,241	171	,000	,890	171	,000
Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou.	,172	171	,000	,915	171	,000
Kritériem pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky.	,187	171	,000	,892	171	,000
Vysokou školu hodnotím podle její historie.	,249	171	,000	,859	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru.	,246	171	,000	,809	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí.	,223	171	,000	,891	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle umístění.	,178	171	,000	,914	171	,000
Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy.	,187	171	,000	,905	171	,000
Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče.	,334	171	,000	,698	171	,000
Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama.	,192	171	,000	,873	171	,000
Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky.	,515	171	,000	,242	171	,000
Vysokou školu financuji ze svých uspořené peněz.	,252	171	,000	,831	171	,000
Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určité ji doporučím svým známým.	,390	171	,000	,619	171	,000
Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým.	,384	171	,000	,621	171	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Obrázek 1: Kolmogorov-Smirnovův test normality

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 6: Hodnota Eigenvalues

Component	Total Variance Explained								
	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,077	13,589	13,589	4,077	13,589	13,589	2,291	7,636	7,636
2	3,338	11,128	24,717	3,338	11,128	24,717	2,242	7,474	15,111
3	2,290	7,632	32,349	2,290	7,632	32,349	2,203	7,343	22,454
4	2,082	6,942	39,290	2,082	6,942	39,290	2,108	7,028	29,482
5	1,814	6,046	45,336	1,814	6,046	45,336	1,935	6,450	35,931
6	1,516	5,053	50,389	1,516	5,053	50,389	1,898	6,327	42,258
7	1,348	4,494	54,883	1,348	4,494	54,883	1,866	6,221	48,479
8	1,238	4,128	59,011	1,238	4,128	59,011	1,826	6,086	54,565
9	1,077	3,591	62,602	1,077	3,591	62,602	1,816	6,054	60,619
10	1,070	3,567	66,169	1,070	3,567	66,169	1,665	5,551	66,169
11	,987	3,291	69,460						
12	,894	2,978	72,438						
13	,861	2,869	75,307						
14	,793	2,644	77,951						
15	,680	2,268	80,219						
16	,614	2,046	82,265						
17	,585	1,949	84,214						
18	,524	1,747	85,961						
19	,518	1,725	87,687						
20	,477	1,591	89,277						
21	,465	1,549	90,826						
22	,425	1,418	92,244						
23	,398	1,326	93,570						
24	,388	1,292	94,862						
25	,334	1,114	95,976						
26	,302	1,008	96,984						
27	,285	,950	97,934						
28	,231	,769	98,703						
29	,214	,714	99,417						
30	,175	,583	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Obrázek 1: Hodnota Eigenvalues

Zdroj: vlastní zpracování

Příloha č. 7: Rotovaná matice

Rotated Component Matrix ^a										
	Component									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Na vysokou školu si musím vydělat sám/sama.	,807			-,129	,141	,144		,113		
Na vysokou školu mi budou přispívat rodiče.	-,785	,118		,149	,170		-,140			
Vysokou školu financuji ze svých uspořené peněz.	,766	-,106								
Vybírám si vysokou školu podle znalostí a dovedností, které mi nabízí.	,109	,693			,207	-,198	-,120		,180	
Vybrat si vysokou školu považuji za důležité životní rozhodnutí.	-,105	,688	,208	,259	-,183					
Je pro mě důležité, aby mě studium zaujalo.	-,104	,650	-,248	,177			-,272			,164
Informace o vysokých školách hledám na webových stránkách dané školy.	-,243	,598	,179	,201			-,242			
Při výběru vysoké školy je pro mě důležitá prestiž povolání.			,797		,147	-,141		-,114		
Na vysokou jdu hlavně kvůli možnosti získání vyššího platu.			,784			,101		,278	,136	
Vybírám si vysokou školu podle uplatnění v oboru.	,115	,273	,723			,123		-,205	-,114	,135
Rád/a pomůžu při výběru vysoké školy svým kamarádům a známým.		,162		,874						
Pokud budu s výběrem vysoké školy spokojen/a, určitě ji doporučím svým známým.	-,201	,310		,807		,108				,105
Vysokou školu hodnotím podle její historie.				-,150	,742		,153	-,145		,148
Vybírám si vysokou školu podle referencí z okolí.			,194		,647		,203			,293
Je pro mě důležitá pověst a image školy.	-,167	,339	,401	,179	,572	-,171				
Informace o vysoké škole hledám na různých stránkách zabývajících se problematikou výběru vysoké školy (scio, portály vysoké školy, kam po maturitě).	,180			,166	,443	,303	-,116	,363	-,197	
Vybírám si vysokou školu podle umístění.				,183		,864	,118			
Vybírám si vysokou školu podle toho, kde se nachází.		-,127				,833	,113			
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují rodiče či jiní příbuzní.	-,160	-,119				,198	,683	,145	,170	,146
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují kamarádi.		-,241			,180		,600	,208	,211	
Při výběru vysoké školy mě ovlivňují pedagogové či výchovní poradci.	,213				,138		,533			,277
Na vysokou školu si musím vzít úvěr od banky.	,267			-,213	,176		,493	-,136	-,119	-,203
Vybrat si vysokou školu je pro mě obtížné.	,101					,107		,837		
Vybrat si vysokou školu je pro mě časově náročné.						-,152	,146	,782		
Informace o vysoké škole získávám prostřednictvím dne otevřených dveří.		,171		-,125					,817	,105
Při výběru je pro mě důležité osobní setkání, besedy či dny na středních školách zaměřené na výběr vysoké školy.				,202			,170		,748	,127
Vybírám si vysokou školu podle exteriéru, interiéru a vybavení školy.		-,106	,188	,239	,361	,176	-,327	,185	,512	
Kritérium pro výběr vysoké školy jsou přijímací zkoušky.	-,124			-,135	,125	,215				,705
Důležitým kritériem jsou pro mě zkušenosti mých známých s danou vysokou školou.				,234	,105		,142	,176	,164	,680
Ptám se absolventů dané vysoké školy na jejich názor.	,130			,379	,164	-,175	,190	-,181	,227	,565

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. ^a

a. Rotation converged in 8 iterations.

Obrázek 1: Rotovaná matice a počet faktorů

Zdroj: vlastní zpracování